

» Idź do

- Spis treści
- Przykładowy rozdział

» Katalog książek

- Katalog online
- Zamów drukowany katalog

» Twój koszyk

- Dodaj do koszyka

» Cennik i informacje

- Zamów informacje o nowościach
- Zamów cennik

» Czytelnia

- Fragmenty książek online

» Kontakt

Helion SA
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
tel. 032 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
© Helion 1991-2008

Head First Web Design. Edycja polska

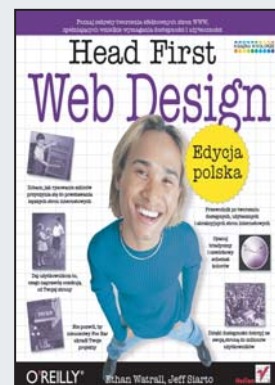
Autorzy: [Ethan Watrall](#), [Jeff Siarto](#)

Tłumaczenie: Anna Trojan

ISBN: 978-83-246-2129-3

Tytuł oryginału: [Head First Web Design](#)

Format: 200×230, stron: 496



Poznaj sekrety tworzenia efektywnych stron WWW, spełniających wszelkie wymagania dostępności i użyteczności

Istnieje tylko jedna metoda, dzięki której możesz stać się doświadczonym webmasterem – to samodzielne projektowanie i tworzenie witryn internetowych. Dzięki książce, którą trzymasz w rękach, z pewnością zdobędziesz umiejętności w tej dziedzinie. Ten niezwykle podręcznik został bowiem przygotowany tak, aby zmusić Twój mózg do przyswojenia potrzebnych informacji. W rezultacie Tobie pozostanie już tylko wykonać zaproponowane przez autorów ćwiczenia. A więc do dzieła! Współpracując ze swoim mózgiem, możesz zostać twórcą atrakcyjnych i użytecznych witryn WWW.

Książka „Head First Web Design. Edycja polska” zawiera wszystko to, czego naprawdę potrzebujesz, aby stworzyć doskonałą witrynę internetową, a jednocześnie nie zaśmiecać pamięci niepotrzebnymi informacjami. Podręcznik został wzbogacony ilustracjami, anegdotami i opisami, a przede wszystkim ciekawymi ćwiczeniami i zadaniami do rozwiązania – tak abyś jak najszybciej nauczył się projektować architekturę strony WWW. To nie wszystko. Podczas lektury dowiesz się, jak wykorzystywać systemy nawigacji, testy użyteczności oraz narzędzia do prowadzenia statystyk, a także jak sporządzać kalkulacje i listy ofertowe dla klientów.

- Organizacja strony internetowej
- Układ strony – przestrzeganie złotej reguły
- Architektura informacji i nawigacja
- Pisanie tekstów na potrzeby strony WWW
- Ankiety i grupy fokusowe
- Testy użyteczności
- Narzędzia do prowadzenia statystyk witryny
- Projektowanie stron jako biznes
- Kalkulacja oferty i listy ofertowe
- Flash, XHTML, CSS
- Biblioteka JavaScript JQuery

**Praktyczny, intuicyjny i niezawodny podręcznik
tworzenia nowoczesnych stron internetowych!**

Spis treści (skrócony)

	Wprowadzenie	21
1.	Piękno jest w oku patrzącego: <i>Tworzenie atrakcyjnych stron internetowych</i>	33
2.	Papier górą: <i>Faza preprodukcji</i>	69
3.	„Koło zielonej wieży skręcasz w lewo...”: <i>Organizacja strony</i>	101
4.	Przestrzeganie złotej reguły: <i>Układ strony</i>	141
5.	Koniec z szarościami: <i>Projektowanie w kolorze</i>	191
6.	„Teraz w ciągu 2 sekund znajdź przycisk »Strona główna«...”: <i>Dobry system nawigacyjny</i>	225
7.	Przebieganie wzrokiem: <i>Pisanie tekstów na potrzeby stron internetowych</i>	259
8.	Niedostępność jest groźna: <i>Dostępność</i>	307
9.	Droga do harmonijnego projektu: <i>Śłuchaj swoich użytkowników</i>	351
10.	Odświeżenie wyglądu strony: <i>Ewolucja projektu</i>	401
11.	Zatroszcz się o swoje interesy: <i>Projektowanie stron jako biznes</i>	435
A	Resztki: <i>Dziesięć najważniejszych rzeczy (których nie omówiliśmy)</i>	471
	Skorowidz	485

Spis treści (z prawdziwego zdarzenia)



Wprowadzenie

Przestawienie swojego mózgu na projektowanie stron internetowych.

A zatem Ty próbujesz się czegoś *nauczyć*, podczas gdy Twój mózg chce oddać Ci przysługę, starając się, by to, czego się nauczyłeś, nie zostało *zapamiętane*. Twój mózg myśli sobie: „Lepiej jest zostawić miejsce na ważniejsze rzeczy, na przykład których dzikich zwierząt należy unikać i czy jazda na snowboardzie nago jest złym pomysłem”. Jak zatem możesz zmusić swój mózg, aby zaakceptował przekonania, że Twoje życie uzależnione jest od poznania zasad projektowania stron internetowych?

	Dla kogo przeznaczona jest ta książka?	22
	Wiemy, co sobie myślisz	23
	Metapoznanie — myślenie o myśleniu	25
	A oto, co możesz zrobić, by skłonić swój mózg do posłuszeństwa	27
	Ważne informacje	28
	Zespół korektorów merytorycznych	30
	Podziękowania	31

1 Tworzenie atrakcyjnych stron internetowych

Piękno jest w oku patrzącego

Świat (Internetu) jest wielki... ale kim są tak naprawdę jego mieszkańcy?

Na ścianie zawiesiłeś właśnie swój nowiutki dyplom ukończenia kursu XHTML i CSS, a przyszli klienci wydzwaniają na Twój nowy, służbowy telefon. Pięknie, prawda? No tak... do momentu, aż usłyszysz pierwszą skargę na zły układ strony czy logo, które wygląda zupełnie *passé*. Jak można tworzyć **naprawdę atrakcyjne strony internetowe**, które jednocześnie będą w pełni **zaspokajać potrzeby użytkowników**? Podstawą wszystkiego jest dobre **planowanie**. Potem musisz pamiętać, że **piszesz coś, co trafi do Internetu**; musisz **znać swoich odbiorców**, a przede wszystkim — pamiętać o tym, że **projektujesz stronę przeznaczoną dla jej użytkowników**, a nie dla samego siebie.f.



Twoja wielka szansa — Red Lantern Design 34

Od czego zaczynamy? 37

ZACZNIJ od narysowania projektu 39

Ustalenie nawigacji najwyższego poziomu 45

Umieszczenie wszystkiego w kontekście 47

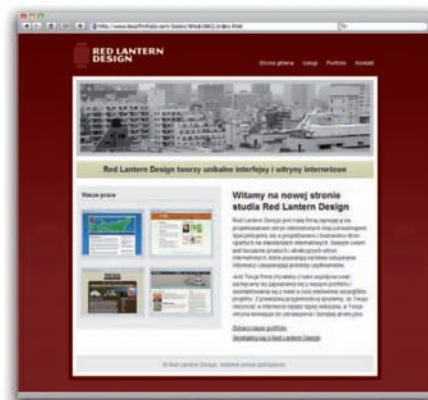
Pokaż Jane proste szkice 48

Szkice pomagają skoncentrować się na funkcjonalności 49

Nie rujnuj dobrego projektu złym tekstem 60

Co sprawia, że tekst można szybko przebiec wzrokiem? 61

Projektowanie stron internetowych oparte jest na komunikacji i UŻYTKOWNIKACH 67

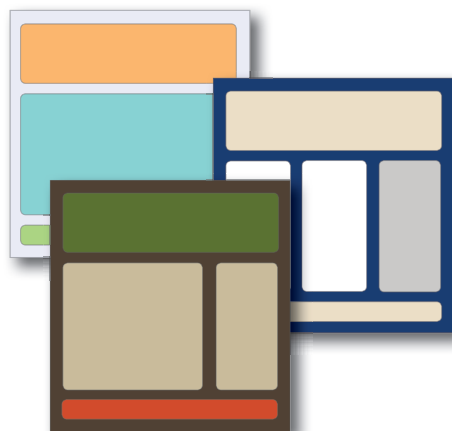


2

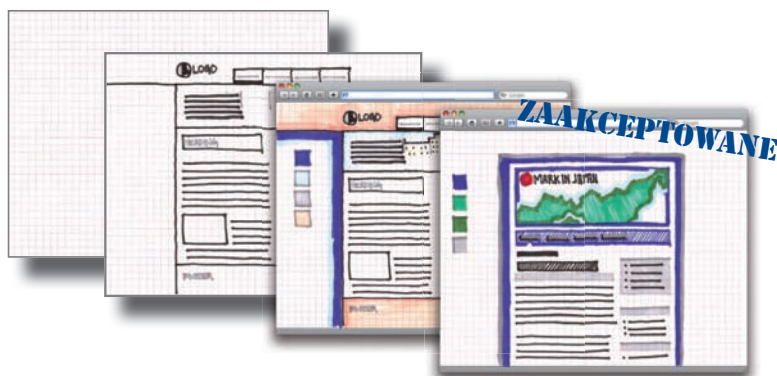
Faza preprodukcji

Papier górą

Masz dość spierania się z wybrednym klientem? Tak, tak, znasz ten typ — za każdym razem, gdy pokazujesz mu najnowszą wersję jego własnego pomysłu, on już ma kolejny pomysł na wygląd strony... inny schemat kolorów... inną całą witrynę internetową. Jak zatem radzić sobie z *kapryśnymi klientami* albo podchwytliwymi wityrnami, które *trudno jest zrobić dobrze*? Zacznij od kartki papieru, ołówka i wielkiej, różowej gumki. W tym rozdziale pokażemy Ci, jak sprytnie zabrać się do pracy, zanim zagrzebiesz się w edytorze HTML. Tworzenie **motywu graficznego** oraz **metafory wizualnej** i rysowanie **ołówkiem szkiców** strony sprawi, że szybko staniesz się zręcznym i elastycznym projektantem wityrn internetowych. Siadaj zatem do swojego bloku rysunkowego i zabieramy się do preprodukcji.



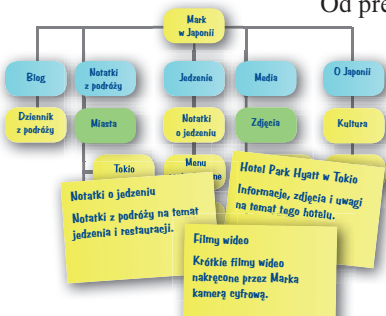
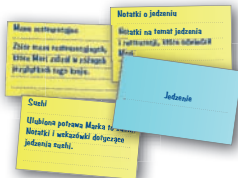
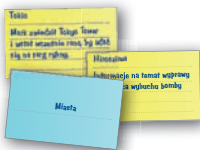
Twoje pierwsze „międzynarodowe” zlecenie...	70
Pomysł, zanim zabierzesz się za tworzenie kodu	72
Jasna metafora wizualna wzmacnia motyw przewodni strony internetowej	73
Motyw przewodni reprezentuje zawartość strony	74
Burza mózgów — droga do metafory wizualnej	77
Wymyśl motyw przewodni i metaforę wizualną dla Marka	78
Elementy strony powinny kształtować metaforę wizualną	81
Zbuduj szybko próbkę kodu XHTML dla Marka	88
A także kod CSS...	89
Użyj szkiców, by rozwinąć pomysły i zaoszczędzić trochę czasu bez tworzenia kodu	93
Nie projektuj dla siebie!	94
Utworzymy teraz szkic dla Marka	96



3 Organizacja strony

„Koło zielonej wieży skręcasz w lewo...”

Nawigacja strony to dla Ciebie niepewny grunt? W Internecie to **użytkownicy są ważni**. Nie lubią tracić mnóstwa czasu na poszukiwanie właściwego przycisku czy przedzieranie się przez trzy poziomy rozwijanego menu opartego na JavaScriptcie. Dlatego właśnie musisz poświęcić dużo czasu na dobrą organizację strony — jeszcze *zanim* zabierzesz się za jej tworzenie i projektowanie. W poprzednim rozdziale utworzyliśmy świetny motyw przewodni i wygląd strony. W tym rozdziale wzmocnisz projekt **dobłą organizacją strony**. Po skończeniu będziesz miał stronę, która **powie użytkownikowi, gdzie ma się udać**, i nie pozwoli mu się znowu zgubić.



Dopasowanie zawartości strony do jej układu	103
Organizacja informacji znajdujących się na stronie	104
Organizacja strony za pomocą architektury informacji	111
Architektura informacji w oparciu o sortowanie kart	112
Cała prawda o sortowaniu kart	113
Posortuj karty w stopy zgodnie z ich podobieństwem	118
Nazwy stosów powinny być krótkie i opisowe	119
Który sposób sortowania jest właściwy?	124
Ułóż karty w hierarchię strony	125
Diagramy architektury informacji to po prostu karty posortowane na papierze	127
Diagramy architektury informacji NIE są tylko spisem odnośników między stronami	128
Przejście z fazy preprodukcji do produkcji	132
Budowanie struktury witryny Marka	133
Najpierw utworzymy plik index.html...	134
...a później plik screen.css ze stylami	135
Od preprodukcji do produkcji — pełny proces	138

Układ strony

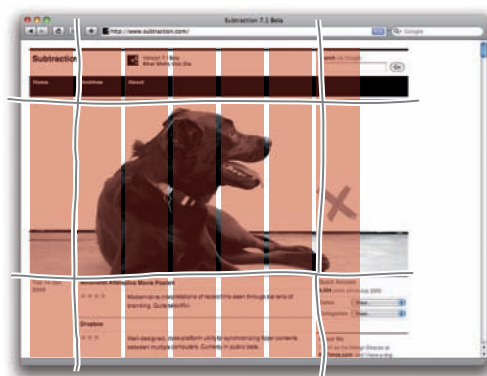
4

Przestrzeganie złotej reguły

Oplaca się być dobrym słuchaczem... i nosić przy sobie kalkulator. Od kilku rozdziałów mówiliśmy o **projektowaniu nastawionym na użytkownika**, ale dopiero tutaj będziesz mógł sprawdzić swoje umiejętności słuchania. W tym rozdziale zbierzesz opinie użytkowników i zbudujesz stronę spełniającą ich potrzeby. Wszystko — od **przeglądarek** po **miejsce na ekranie** — opiera się na daniu użytkownikom tego, czego naprawdę chcą. Co więcej, poznasz sekrety **reguły trójkąta**. Dowiesz się, jak dzięki kilku naciśnięciom przycisków *kalkulatora*, *linijce* oraz *siatce* możesz zamienić niewyszukaną stronę internetową w prawdziwy wzór **piękna**.



Imię: **Ann**
 Wzrost: **2'8"**
 Łączność z Internetem: **DSL**
 Średni czas w Internecie przeznaczony na rozrywkę tygodniowo: **15 godzin**
 Używana przeglądarka: **Firefox**
 System operacyjny: **Windows XP**
 Rozdzielczość ekranu: **800x600**
 Zawód: **Student**
 Informacje szczególne: *Ann uwielbia się za sobą biegać w oparach technologicznych. Atakując witale się na forach internetowych i w portalach społecznościowych. Regularnie robi również zakupy w Internecie. Jej laptop (nieco winowaty, ale Ann nie ma czasu teraz pozwolić na nie innemu) to jej komputer główny, z którego łączy się z Internetem.*



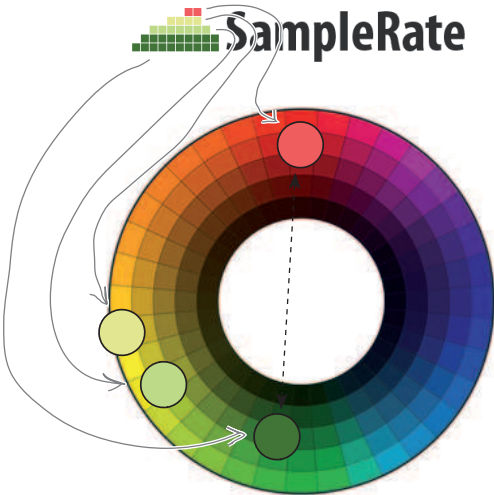
Projektuje się z myślą o odbiorcach	142
Twoje najnowsze zadanie — RPM Music	145
Ustalenie odbiorców strony RPM Music za pomocą person	146
Pozwól, by to persony były Twoimi przewodnikami...	152
Rozdzielczość wpływa na projekt i układ strony	154
Miejsce dostępne na ekranie określa, jak DUŻA część strony będzie widoczna w przeglądarce użytkownika	156
Zbuduj kod XHTML i CSS zoptymalizowany pod kątem rozdzielczości 1024×768	160
Ludzie lubią, gdy wszystko jest dobrze zorganizowane i równo ułożone	164
Jak szeroka powinna być moja siatka? Użyj złotej proporcji	165
Reguła trójkąta: uproszczenie złotej proporcji	166
Strona RPM Music i złota proporcja — studium (złego) przypadku	167
Pamiętasz o personach i kliencie?	171
Konfiguracja strony RPM Music 2.0 z platformą Blueprint	173
Użyj reguł CSS platformy Blueprint do nadania stylu stronie RPM Music 2.0	176
Czas dodać zawartość strony RPM Music	177
Dodaj nieco kodu CSS, by uporządkować układ strony	181

5

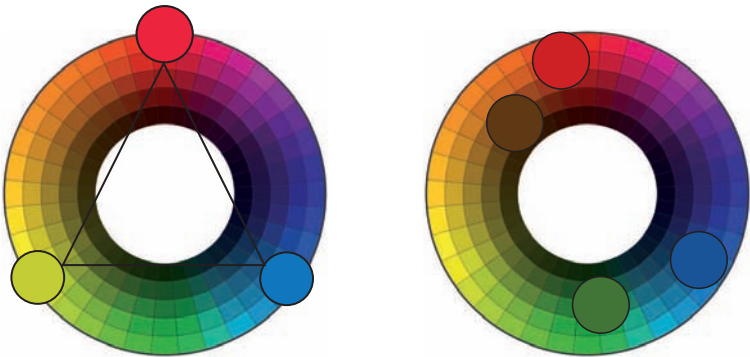
Projektowanie w kolorze

Koniec z szarościami

Kolor to cichy bohater projektowania stron internetowych. Dobra paleta barw może przyciągnąć użytkowników do witryny, wytworzyć dla nich atmosferę i sprawić, by często do nas wracali. Kwestia koloru w projektowaniu stron internetowych nie sprowadza się jednak tylko do wybrania **dobrej palety kolorów** — równie ważne jest ich **zastosowanie**. Możesz mieć świetną paletę barw, jeśli jednak nie zastosujesz jej z **rozwagą**, użytkownicy mogą unikać Twojej witryny jak zarazy. Pod koniec niniejszego rozdziału nie tylko będziesz wiedział, jaki **wpływ** kolor ma na użytkownika strony internetowej, ale także będziesz potrafił wybrać świetnie wyglądającą paletę kolorów, która pasuje do witryn projektowanych z myślą o użytkowniku i je uzupełnia.



Wspomóż lokalną scenę muzyczną	192
Strona 9Rules — złoty standard sieci blogów	193
Czasami możliwość wyboru jest nieco ograniczona	194
Kolor wpływa na emocje	195
Koło barw (czyli od czego wszystko się zaczęło)	199
Użyj koła barw do wybrania kolorów, które do siebie pasują	202
Najpierw wybiera się kolor PODSTAWOWY	202
Atrakcyjny wzorec kolorów można stworzyć za pomocą schematu triady kolorów	203
Zaczynamy pisać kod strony SampleRate	205
Utworzenie prostego układu strony za pomocą arkusza CSS	206
Przeciwieństwem ciężkości jest... lekkość	212
Utwórz bogatszą paletę kolorów za pomocą schematu czwórkowego	214
Czas uaktualnić arkusz CSS strony SampleRate	218

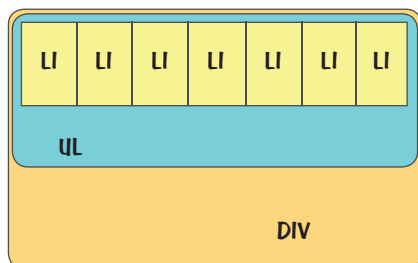


6

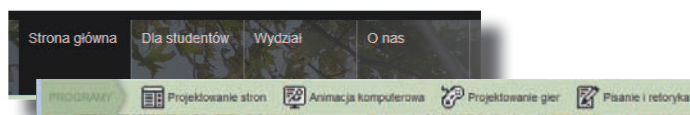
Dobry system nawigacyjny

„Teraz w ciągu 2 sekund znajdź przycisk »Strona główna«...”

Czym byłby Internet bez nawigacji? To nawigacja sprawia, że Internet jest medium informacyjnym o tak ogromnych możliwościach. A teraz haczyk: system nawigacyjny to coś więcej niż tylko stworzenie szalowo wyglądających przycisków i upchanie ich na stronie. Tworzenie dobrego systemu nawigacyjnego zaczyna się od architektury informacji i kontynuowane jest w całym procesie projektowania witryny. Jak to jednak działa? Jak możemy uzyskać pewność, że użytkownicy witryny internetowej nigdy się na niej nie zgubią? W tym rozdziale przyjrzymy się różnym stylom nawigacji, a także temu, jak architektura informacji wpływa na odnośniki widoczne na stronie, jak również dowiemy się, dlaczego (same) ikony nie zawsze są dobrym pomysłem.



Nowy semestr w szkole rozpoczęty	226
Pierwszym krokiem w stronę dobrej nawigacji jest dobra architektura informacji	229
Czym tak naprawdę jest nazwa?	230
Rozwiązanie nr 1 — nawigacja z poziomymi zakładkami	236
Rozwiązanie nr 2 — nawigacja pionowa	238
Elementy blokowe to Twoi przyjaciele	244
Pozycjonowanie nawigacji blokowej za pomocą pływania	245
Ikony nic nie MÓWIĄ... po prostu ładnie wyglądają	247
Dodawaj ikony do tekstu, a nie odwrotnie	249
Uaktualnij kod XHTML strony CNM, by używał odnośników tekstowych	250
Teraz możesz nadać elementom blokowym styl...	251
Główny system nawigacyjny nie powinien się zmieniać... ale system drugorzędny już TAK	253
Każda podstrona otrzymuje własny drugorzędny system nawigacyjny	254
Dodanie stylu do nawigacji za pomocą arkusza CSS	255



7

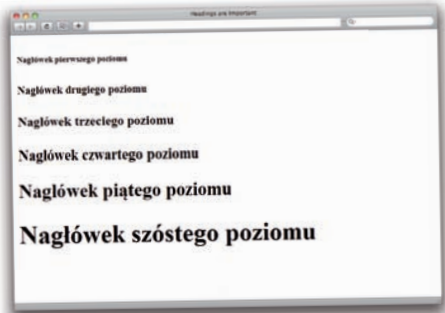
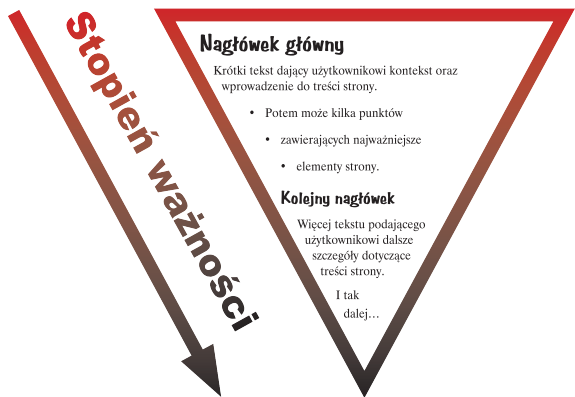
Pisanie tekstów na potrzeby stron internetowych

Przebieganie wzrokiem

Pisanie tekstów na potrzeby stron internetowych niczym się nie różni od pisania tekstów w innym celu, prawda? No cóż, tak naprawdę pisanie tekstów przeznaczonych na strony internetowe jest *zupełnie czymś innym* niż pisanie tekstów do druku. Ludzie nie czytają tekstu opublikowanego w Internecie tak samo jak tekstu wydrukowanego na papierze. Zamiast czytać od lewej do prawej strony, od początku do końca, **przebiegają tekst wzrokiem**. Wszystkie teksty publikowane na stronie internetowej muszą pozwalać użytkownikowi na **szybkie przebiegnięcie ich wzrokiem** i **łatwe przetrwanie**. W przeciwnym razie *użytkownicy, nie chcąc marnować czasu*, zrezygnują z Twojej strony i pójdą gdzie indziej. W niniejszym rozdziale nauczymy Cię sztuczek związanych z pisanem odpowiedniego tekstu od podstaw, a także edycją gotowego tekstu w celu uczynienia go lekkostrawnym dla czytelnika.



Utwórz lepszą gazetę internetową	265
Strona gazety „The Hipster Intelligencer”	
— specyfikacja projektu	266
Problemem jest TEKST	266
Ulepszenie zawartości strony za pomocą odwróconej piramidy	273
Skracanie tekstu	279
Dodanie list do kodu XHTML	289
Nagłówki sprawiają, że tekst jeszcze łatwiej przebiec wzrokiem	291
Mieszaj ze sobą czcionki, by podkreślić nagłówki i inny tekst	300
Ważny jest poziom nagłówka, a nie jego rozmiar	301

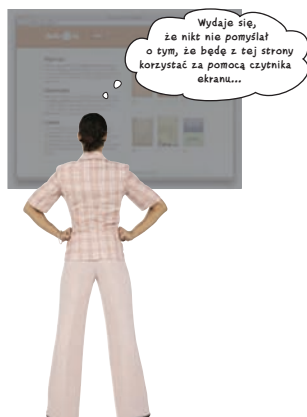


8

Dostępność

Niedostępność jest groźna

Kto nie może teraz korzystać z Twojej strony? Możesz mieć piękną stronę ze świetnym układem i łatwym w użyciu systemem nawigacyjnym... co nie oznacza jednak, że każdy może z niej korzystać. By mogli z niej korzystać użytkownicy z upośledzeniem wzroku bądź osoby, które nie potrafią odróżnić koloru niebieskiego od zielonego, strona musi być **dostępna**. W przeciwnym razie będziesz tracił użytkowników i tym samym szkodził własnym interesom. Nie martw się jednak: **dostępność to nic trudnego!** Dzięki odpowiedniemu zaplanowaniu kolejności elementów kodu, użyciu atrybutów **alt** i znaczników **longdesc**, a także **zastanowieniu się nad kwestią koloru** natychmiast poszerzysz swoje grono odbiorców. Przy okazji być może nawet uda Ci się zdobyć **certyfikat WCAG**... A cóż to jest? Odwróć stronę, a wkrótce się dowiesz!



Audio-2-Go — niedostępna dostępność	308
Dostępność oznacza, że ze strony może korzystać KAŻDY	309
Jak CZYTA się Twoja strona?	310
Informacje na stronie powinny być zrozumiałe... dla KAŻDEGO	312
Pogódź się z tym — komputery naprawdę są głupie	313
Komputer przeczyta tekst atrybutu ALT obrazka	314
Przekształć długi tekst atrybutu ALT w opis LONGDESC	318
Twoje modyfikacje poprawiły sytuację tylko NIEKTÓRYCH klientów Audio-2-Go	320
Dostępność nie ogranicza się do czytników ekranu	321
Elementy powinny być aktywowane PO KOLEI	323
Strona Audio-2-Go jest teraz ZNACZNIE bardziej DOSTĘPNA	326
WCAG Priority 1	330
Kolory nie powinny być JEDYNĄ formą komunikacji	334
Świat w bezpiecznych barwach...	335
Świat w zaburzonych barwach...	335
Audio-2-Go oczami osoby z zaburzeniami rozpoznawania barw	336
Gwiazdki są prawdziwym problemem	338
Obrazki tła są nadal Twoimi przyjaciółmi	339
Kolejność to nie tylko atrybuty tabindex	340

9

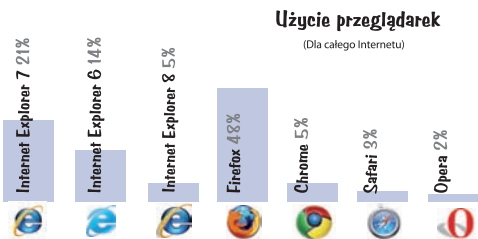
Słuchaj swoich użytkowników

Droga do harmonijnego projektu

Dobry projekt sprowadza się do wsłuchania się w potrzeby użytkowników. Użytkownicy mogą Ci powiedzieć, co ze stroną jest *nie tak*, co im się *podoba*, jak można *wyeliminować błędy* (jeśli jest to konieczne) i *jak w ogóle poprawić samą stronę*. Istnieje wiele sposobów na wysłuchanie ich opinii. Możesz zapoznać się z **opinią grupy użytkowników (za pomocą narzędzi takich jak ankiety) lub **pojedynczych osób** (za pomocą testów użyteczności) bądź też **prześledzić działania odwiedzających** na Twojej stronie (za pomocą pomiarów różnych parametrów i statystyk). Bez względu na wybraną metodę kwestią kluczową jest „usłyszenie”, co użytkownicy mają do powiedzenia. Jeśli to zrobisz, Twoja strona będzie spełniała potrzeby Twoich odbiorców, a tym samym będzie o wiele lepsza.**

	ZALETY	WADY
Ankiety	Wymagają poświęcenia stosunkowo niewiele czasu ze strony uczestników.	Wymagają wiele planowania w fazie przygotowań.
	Można je skierować do ogromnej liczby użytkowników.	Pisemne ankiety mogą sprawiać problemy osobom, które słabo czytają.
	Można je przeprowadzić na wiele różnych sposobów (na papierze, w Internecie, przez telefon, osobiście).	Pytania ankiety mogą zostać źle zinterpretowane.
	Uczestnicy często mogą wypełniać ankiety w czasie wolnym.	
Grupy fokusowe	Poruszają uczestnikom na rozwiązanie pomysłów innych uczestników.	Wymagają poświęcenia stosunkowo dużo czasu ze strony uczestników.
	Zbierają informacje na ściśle określone tematy od nieprzypadkowych osób.	Zazwyczaj wymagają wynagrodzenia uczestników.
	Dobrze się sprawdzają przy wysokołonym moderatorze.	Sytuacja publiczna może onieśmielić niektórych uczestników.
		Wymagają zatrudnienia wysokołonego moderatora.

Problemy w RPM Music	352
Niech przemówią użytkownicy — za pośrednictwem ankiet i grup fokusowych	354
Ankiety i grupy fokusowe nie są darmowe	357
Zadaj w ankiecie właściwe pytania	360
Ostateczna wersja ankiety dla użytkowników strony RPM Music	370
Mamy wyniki!	372
Odpowiedzi na pytanie otwarte:	373
Użycie przeglądark	375
Napraw błąd CSS na stronie RPM Music przez przeniesienie pseudoklasy :hover	376
Składniki taniego testu użyteczności	383
Wykorzystaj skrypt moderatora do organizacji testu	384
Przyjaciele i rodzina mogą być problemem	391
Wyniki testu użyteczności — czyli co mówią użytkownicy	392
Prosty problem...	393
O użytkownikach mówią statystyki strony	395
Narzędzia do statystyk strony internetowej	396



10

Ewolucja projektu

Odświeżenie wyglądu strony

Zbudowałeś zatem kilka świetnych stron internetowych. Czas odpocząć i się zrelaksować. Pozostaje tylko patrzeć, jak słupki przedstawiające liczbę odwiedzających same rosną, prawda? No cóż, nie tak szybko. *Internet nigdy nie przestaje się rozwijać* — a Twoja strona musi za tym nadążać. Możesz **dodawać nowe opcje, modyfikować projekt** albo nawet **zupełnie go przebudowywać**. Ciągłe zmieniająca się strona odzwierciedla też rozwój Twoich umiejętności, co oznacza, że ***Twoja strona zawsze pozostaje Twoim najlepszym narzędziem PR.***

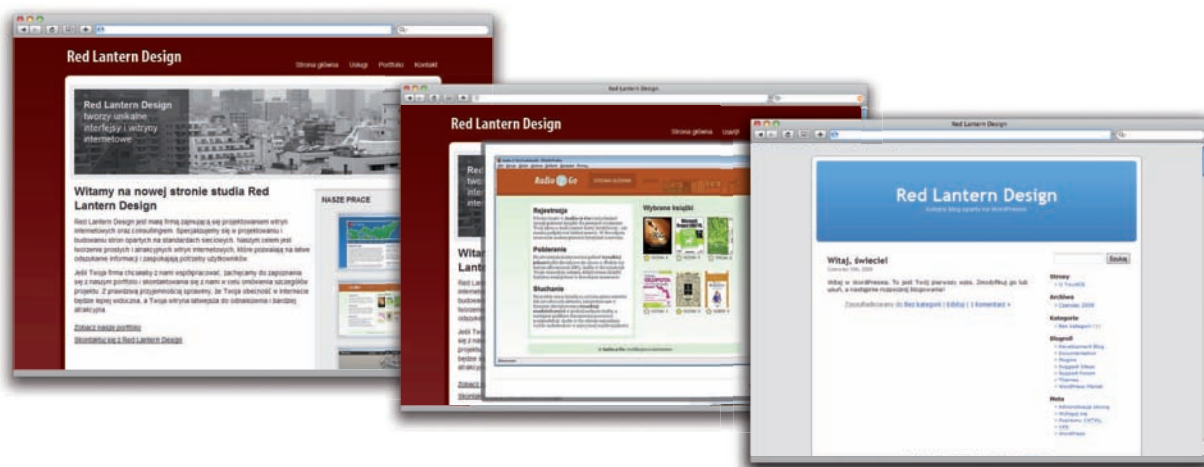


Flash

Biblioteka JavaScriptu
jQuery

XHTML + CSS

Twoje dotychczasowe portfolio...	402
Odświeżanie strony i jej zawartości sprawia, że użytkownicy chętnie powracają	404
W projektowaniu stron chodzi o ewolucję, nie rewolucję	407
Do ewolucji projektu strony wykorzystaj CSS	408
Dodaj interaktywność do strony za pomocą efektownego wyświetlania zdjęć z użyciem JavaScriptu	420
Dodanie biblioteki Facebox do strony Red Lantern Design	421
Edycja pliku strony głównej	422
Dodanie do strony bloga — WordPress	427
Dodaj bloga opartego na systemie WordPress do strony Red Lantern Design	428
Cała prawda o Blogu	430
Zmieniaj wygląd i sposób działania bloga za pomocą motywów	432



11

Projektowanie stron jako biznes

Zatroszcz się o swoje interesy

Biznes w książce o projektowaniu stron internetowych? Żartujecie sobie ze mnie? Opanowałeś już proces preprodukcji, architekturę informacji, systemy nawigacyjne, schematy kolorów, a nawet dostępność. Co jeszcze zostało na Twojej ścieżce do zostania mistrzem projektowania stron internetowych? No cóż, będziesz musiał wiedzieć, jak **radzić sobie ze stroną biznesową projektowania!** Nie są Ci do tego potrzebne prestiżowe studia MBA, ale powinieneś wiedzieć coś więcej, niż tylko jaki jest Twój numer konta bankowego bo inaczej okaże się, że szybko przestaną na nie wpływać pieniądze. Przyjrzyśmy się **budowaniu dobrych relacji z klientami** i zrozumieniu kwestii **praw do własności intelektualnej**. Rezultat? Wzrost przychodów i zabezpieczenie Twojej pracy.



Najnowszy potencjalny klient — „Foo Bar”	436
Oferta dla restauracji „Foo Bar” musi zawierać	437
Budujemy prototyp strony restauracji „Foo Bar”	438
Witaj w świecie PIRACTWA PROJEKTÓW	445
Jakim typem projektanta stron jesteś?	448
Red Lantern Design ma nowego potencjalnego klienta	453
Co tak naprawdę składa się na projektowanie strony internetowej?	456
Ostateczna kalkulacja oferty...	457
W specjalnym liście ofertowym przedstaw klientowi szczegółowe wyliczenia	463
Podcast Trilobite Labs — kolejne wyzwanie	465
Wykorzystaj licencję Creative Commons	465
Licencje Creative Commons	466

Wymagania klienta				Faza preprodukcji:					
Stworzono ofertę studia Red Lantern Design				Liczba godzin		Stawka		Suma	
Opis projektu:				x		x		x	
Nazwa klienta:				x		x		x	
Opis projektu:				x		x		x	
Wartość do projektu:				x		x		x	
Spotkania z klientem:				x		x		x	
Analiza wymagań:				x		x		x	
Podróż:				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x		x		x	
				x					

Resztki



Dziesięć najważniejszych rzeczy (których nie omówiliśmy)

W niniejszej książce omówiliśmy naprawdę sporo. Problem polega na tym, że istnieje kilka **ważnych zagadnień i ciekawostek**, które nie pasowały jakoś do żadnego z poprzednich rozdziałów. Uważamy je za bardzo istotne i sądzimy, że gdybyśmy przynajmniej o nich nie wspomnieli, wyświadczylibyśmy Ci niedźwiedzią przysługę. Dlatego właśnie pojawił się ten rozdział. No dobrze, może tak naprawdę nie rozdział, a bardziej dodatek (OK, OK, przynajmniej — to *jest* dodatek). Ale to świetny dodatek opisujący **dziesięć najważniejszych rzeczy, o których po prostu nie możesz nie wiedzieć**.



Nr 1: Projekty międzynarodowe i wielokulturowe	472
Nr 2: Przyszłość kodu stron internetowych	474
Nr 3: Przyszłość CSS	476
Nr 4: Projektowanie dla urządzeń mobilnych	477
Nr 5: Tworzenie aplikacji internetowych	478
Nr 6: Rytm w układzie strony	479
Nr 7: Kontrastowy tekst	480
Nr 8: Dopasuj nazwy odnośników do stron, do których kierują	481
Nr 9: Kontrast jest podstawowym elementem tworzącym układ strony	482
Nr 10: Więcej narzędzi do projektowania	483



Skorowidz

485

Potencjał udostępniania w Internecie pełnowymiarowych aplikacji zyskał na popularności dopiero wtedy, gdy firma Google wprowadziła serwis Gmail, a krótko potem także Google Maps — aplikacje internetowe z bogatym interfejsem użytkownika i interaktywnością porównywalną z obecną w programach komputerowych. W tym celu technologie wykorzystanych przez C

Pierwsza z reguł kształtujących na o „Internet jako platforma”. Jednocześnie paradygmat Web 1.0, który dominował, nie przewidywał wyzyskiwania Internetu jako platformy. Były także dwa naturalne przykłady firm z nurtu Web 1.0 — GoodieClick i Akamai. Ludzie nie zaczęli myśleć o reklamach w Internecie jak o „usługach sieciowych”, ale w rzeczywistości reklam były pierwszymi powszechnie wykorzystywanymi usługami sieciowymi, a przy tym także

Pęknięcie bańki internetowej na jesieni 2001 roku stało się punktem zwrotnym dla Internetu. Wiele osób doszło do wniosku, że Internet jest przereklamowany, choć tak naprawdę bańki i towarzyszące im procesy eliminacji słabszych uczestników rynku są cechą charakterystyczną wszystkich rewolucji technologicznych. Odpadnięcie z rywalizacji słabszych jednostek

1. Tworzenie atrakcyjnych stron internetowych

Piękno jest w oku patrzącego

Wiem, że on powiedział, że jesteś tylko zwykłą kelnerką, mamo, ale ja uważam, że jesteś najlepsza. Zawsze troszczysz się o potrzeby swoich klientów. Czego można więcej chcieć?



Świat (Internetu) jest wielki... ale kim są tak naprawdę jego mieszkańcy?

Na ścianie zawieszisz właśnie swój nowiutki dyplom ukończenia kursu XHTML i CSS, a przyszli klienci wydzwaniamą na Twój nowy, służbowy telefon. Pięknie, prawda? No tak... do momentu, aż usłyszysz pierwszą skargę na zły układ strony czy logo, które wygląda zupełnie *passé*. Jak można tworzyć **naprawdę atrakcyjne strony internetowe**, które jednocześnie będą w pełni **zaspokajać potrzeby użytkowników**? Podstawą wszystkiego jest dobre **planowanie**. Potem musisz pamiętać, że **piszesz coś, co trafi do Internetu**; musisz **znać swoich odbiorców**, a przede wszystkim — pamiętać o tym, że **projektujesz stronę przeznaczoną dla jej użytkowników**, a nie dla samego siebie.

Tvoja wielka szansa — Red Lantern Design

Jane właśnie kupiła niewielkie studio projektowe. Firma Red Lantern Design od lat tworzy niewielkie witryny internetowe dla lokalnych przedsiębiorców, a teraz Jane chce rozszerzyć swoją bazę klientów. Pojawił się jednak pewien problem...

Twórca starej strony Red Lantern Design wykorzystał w pracy nad nią edytor WYSIWYG i teraz nikt nie jest w stanie zmodyfikować tych plików. Jane zatrudniła Cię, byś zbudował dla firmy nową witrynę internetową, zgodną z najnowszymi standardami i zdolną przyciągnąć bardziej lukratywne zlecenia.

Wykupiłam stanowisko na międzynarodowej konferencji biznesowej, która odbywa się w przyszłym tygodniu. Nie znam się kompletnie na projektowaniu stron internetowych, ale wiem, że Ty w tym siedzisz. Musisz zatem szybko zaprojektować stronę internetową, która zrobi wrażenie na moich rozmówcach. Myślisz, że dasz radę mi pomóc?

Jane. Przedsiębiorca i nowy właściciel firmy Red Lantern Design.

**Pewnie, że dasz radę.
Od czego, Twoim zdaniem,
należy zacząć?**



Oto aktualna witryna internetowa firmy Red Lantern Design. Przyjrzyj się zrzutowi ekranu i zgodnie ze swoją wiedzą opisz go. Wypisz, co Ci się podoba. Nie zapomnij o tym, co Ci się nie podoba. Czy widzisz jakieś problemy?

Jane kocha kulturę japońską.
Dlatego właśnie kupiła tę firmę.
Spodobała jej się nazwa.





Zaostrz ołówek

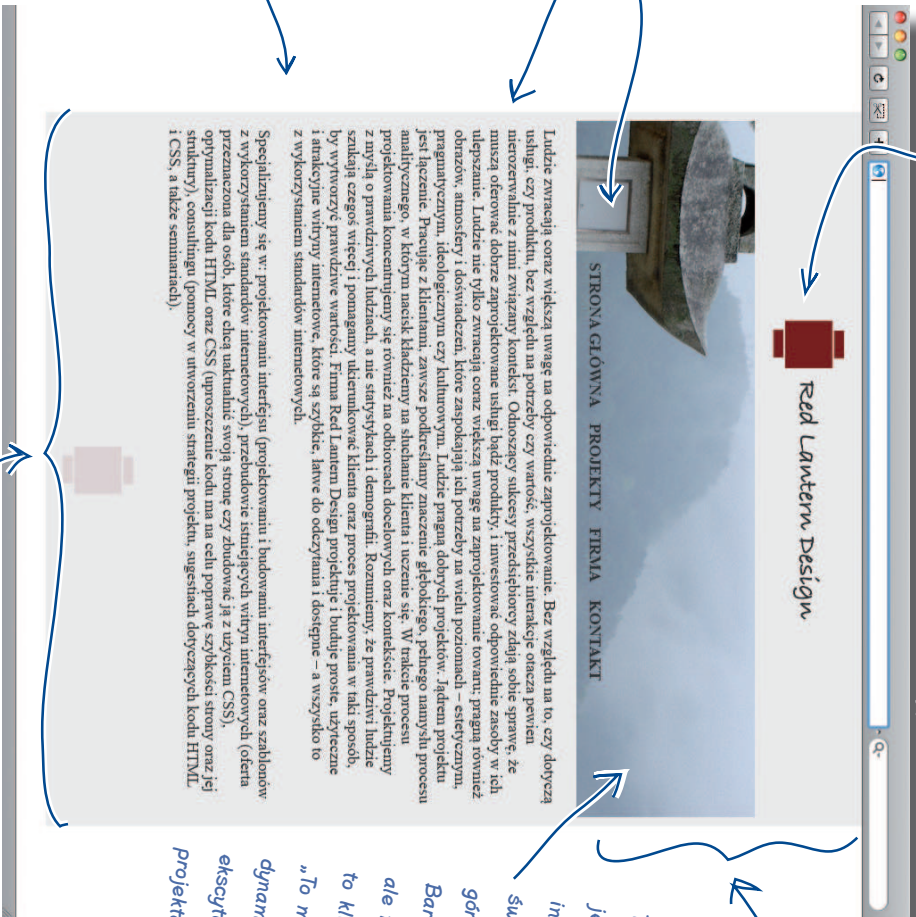
Rozwiązanie

Oto, co my sądzymy o tej stronie internetowej. Twoje odpowiedzi mogą się nieco różnić, dlatego nie martw się, jeśli nie wszystko udało Ci się zauważyć.

- Kontrast pomiędzy menu a obrazkiem tła
- czy tekstem głównym
- a szarą kolumną centralną, jest zbyt mały.
- Czy na stronie głównej nie powinno być czegoś, co zainteresowałoby potencjalnych klientów?
- Na przykład aktualności czy projektów...

Logo jest fajne — ale nie widać, by jakoś tączyło się z układem strony.

Na górze strony, zanim dojdziemy do menu i treści, namnuje się mnóstwo miejsca.



To zdjęcie nie jest szczególnie inspirujące. Szara świątynia z szarą górą, w tle...

Bardzo zen, ale nie mów to klientom: „To młode, dynamiczne, eksperydujące studio projektowe”.

Jedna kolumna? I tyle? Jak na stronę studia projektującego wirtualny internetowe niezbývá to ciekawe...

Od czego zaczynamy?

O istniejącej witrynie Red Lantern Design nie da się powiedzieć wiele dobrego — logo jest ładne, ale to chyba niezbyt dobrze świadczy o reszcie projektu, jeśli tylko ta część stanowi jego jasny punkt. Skoro jednak tak wiele elementów wymaga zmiany, jak możemy zaplanować, nad czym należy zacząć pracować? Od czego *Ty* byś zaczął?

Uhm, no tak, więc, uhm, wiem, od czego ja bym zaczął. Ja, uhm, znam HTML. Zacząłbym więc od kodu. Od razu bym się do tego zabrał. Potem popracowałbym nieco nad, uhm, kodem CSS i, uhm, to właściwie tyle! Może być?

Joe Blow myśli, że jest świetnym projektantem stron internetowych. A jakie jest Twoje zdanie?



Zaostrz ołówek

Czy Joe ma rację? Czy coś jeszcze należałoby zrobić? Od czego **Ty** byś zaczął?



Żartujesz sobie ze mnie? Skąd mam wiedzieć, od czego zacząć? Mam taką listę rzeczy, które muszę zrobić, że lepiej sam mi powiedz. Co powinnam zrobić na początku?

„Od czego powinienem zacząć?” i „Co teraz?” to naprawdę dobre pytania.

To, że nadal je sobie zadajesz, zanim przeszedłeś do otwierania edytora tekstu, to dobry znak. Odpowiedź na oba pytania jest następująca: „Zawsze trzymaj się **procesu projektowania**”. Proces projektowania nadaje Twojej pracy strukturę, dzięki czemu jesteś w stanie skupiać się na swoim zadaniu i nie oddalać się od niego w różnych kierunkach bez uzyskania niczego poza dodatkowym stresem.

Proces to tak naprawdę *kolejność działań* określająca porządek prac wykonywanych w danym projekcie strony internetowej. Wyobraź sobie, że budujesz dla kogoś dom. W wymarzonym domu lista życzeń klienta zawiera mnóstwo pomysłów, a do tego musisz uwzględnić wszystkie elementy, które znajdują się w każdym domu — ściany, podłogi, dach, kuchnię, sypialnię, łazienkę...

Zadaj sobie teraz pytanie: „Od czego bym zaczął?”. Czy najpierw zbudowałbyś ściany? Czy może zakupił materiały albo narysował projekt? Która strategia opłaci się za dwa tygodnie? Za dwa miesiące? Albo za dwa lata?

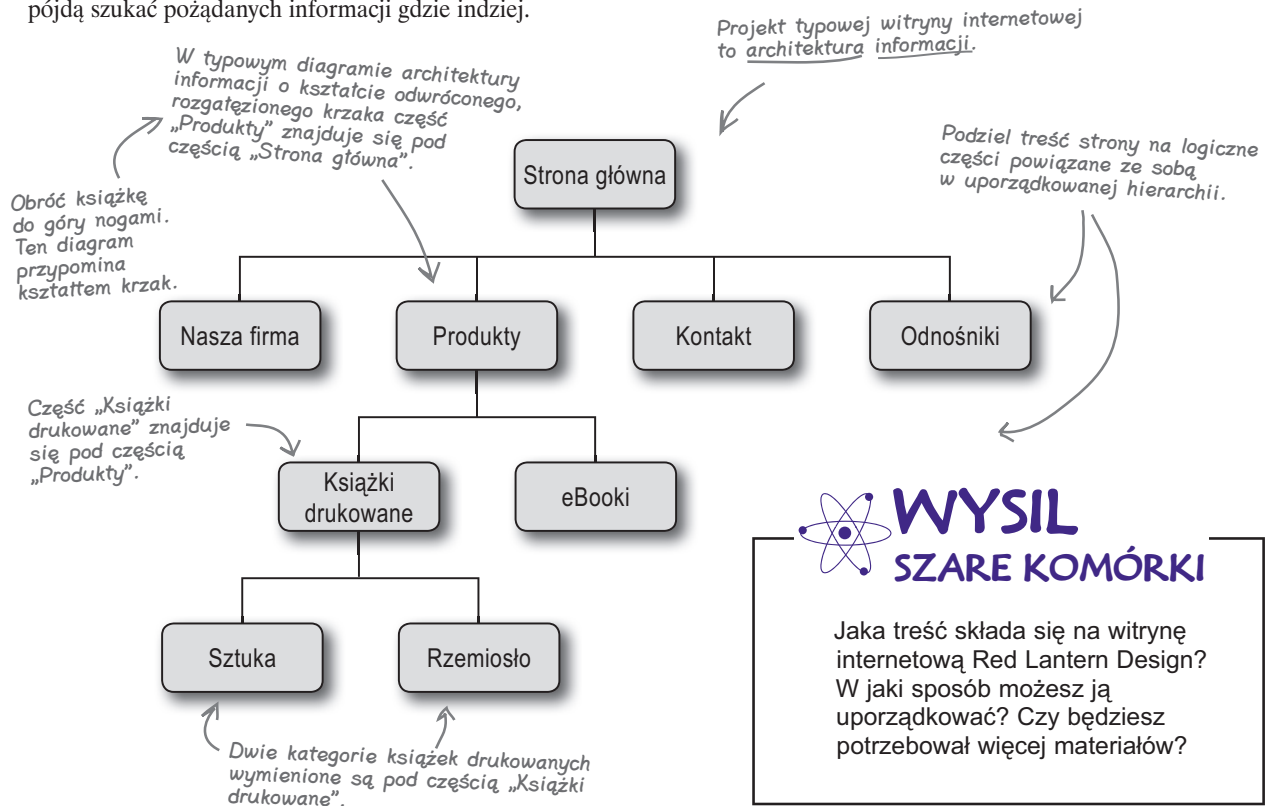
ZACZNIJ od narysowania projektu

Budowanie strony internetowej jest **bardzo** podobne do budowania domu. Jeśli zaczniesz od projektu, na każdym etapie będziesz dokładnie wiedział, do czego zmierzasz: fundamentów, ścian nośnych i tak dalej. W przypadku strony internetowej wykorzystasz **architekturę informacji** (ang. *Information Architecture* — **IA**). Architektura informacji to proces, w którym dzielisz treść strony internetowej na części, a następnie układasz te części w hierarchię zgodnie z logiką wzajemnych relacji między nimi.

Najczęściej każdy fragment informacji to zawartość (tekst, obrazki i tym podobne) znajdująca się na pojedynczej stronie. Architektura informacji jest ściśle powiązana z budowaniem systemu nawigacyjnego witryny. Stąd też jeśli Twoja architektura informacji będzie zła, istnieje duże ryzyko, że system nawigacyjny również będzie zły. Jeśli witryna internetowa nie ma solidnej architektury informacji, użytkownikom wyda się niezorganizowana i myląca. A to z kolei sprawi, że użytkownicy pójdą szukać pożądaných informacji gdzie indziej.



Architektura domu zaczyna się od projektu.



WYSIL SZARE KOMÓRKI

Jaka treść składa się na witrynę internetową Red Lantern Design? W jaki sposób możesz ją uporządkować? Czy będziesz potrzebował więcej materiałów?



Rozpocznij proces tworzenia architektury informacji od zapytania Jane, jaką treść chce mieć na swojej stronie.

Oto informacja od Jane mówiąca, jakie części zaplanowała ona na stronie. Zapisz poniżej jedno- lub dwuwyrzowe skróty opisujące tę część zawartości strony.



INFORMACJE

Od: Jane

Temat: Zawartość strony internetowej

Przyda nam się część, w której będziemy umieszczać aktualności i nowości dotyczące studia Red Lantern Design.

Z całą pewnością potrzebna nam będzie część, w której będziemy mogli pokazać fantastyczne rzeczy, nad którymi planujemy pracować.

Witryna potrzebuje strony kontaktowej. Jak uda nam się pozyskać klientów bez takiej strony?!

Myślę, że dobrze byłoby poświęcić jedną stronę samej firmie — co robimy i tak dalej.

Na pewno odwiedzający muszą wiedzieć, że zajmujemy się consultingiem i projektowaniem stron internetowych!

.....

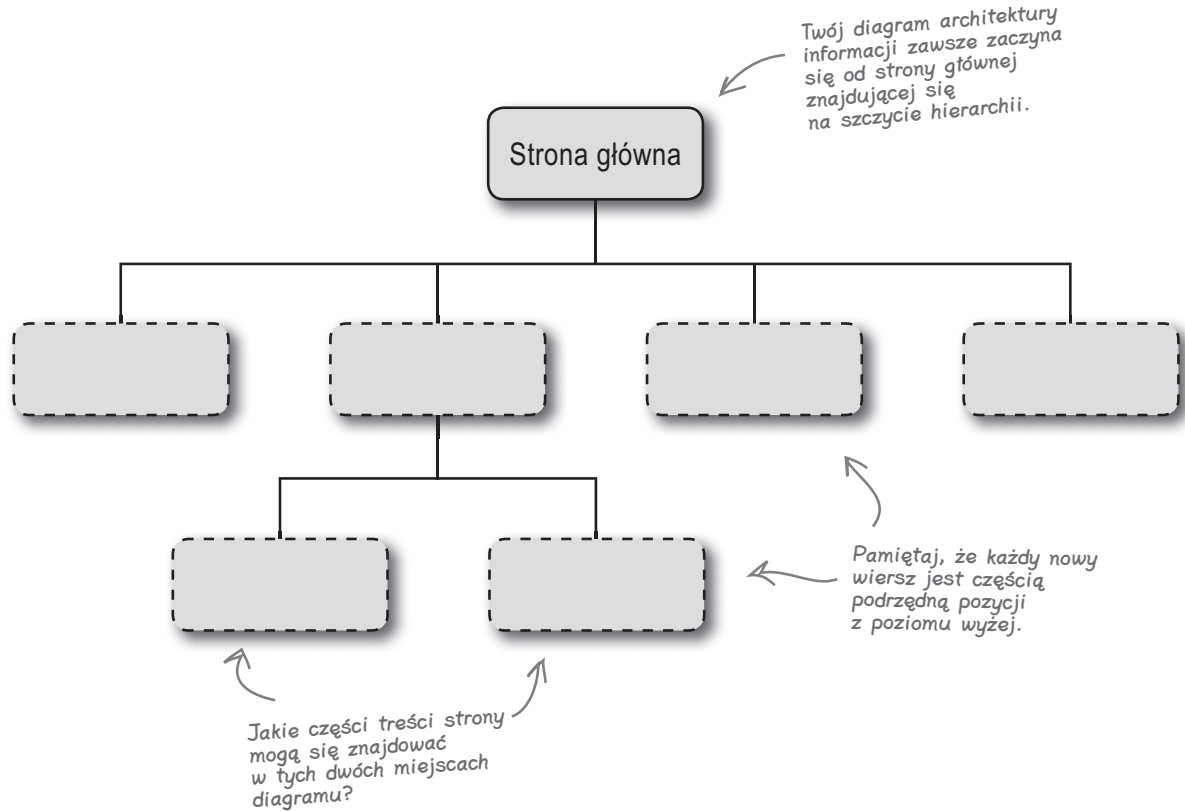
.....

.....

.....

.....

Po podzieleniu treści strony Red Lantern Design na części możemy zacząć budować diagram architektury informacji. Uzupełnij luki diagramu za pomocą Twoich propozycji ze strony obok.





Proces tworzenia architektury informacji zacząłeś od zapytania Jane, jaką treść chce mieć na swojej stronie.

Jane dała Ci znać, jakie — jej zdaniem — powinny być części strony. Oto kilka możliwych jedno- lub dwuwyrzowych skrótów opisujących każdą z części zawartości strony.



INFORMACJE

Od: Jane

Temat: Zawartość strony internetowej

Przyda nam się część, w której będziemy umieszczać aktualności i nowości dotyczące studia Red Lantern Design.

Z całą pewnością potrzebna nam będzie część, w której będziemy mogli pokazać fantastyczne rzeczy, nad którymi planujemy pracować.

Witryna potrzebuje strony kontaktowej. Jak uda nam się pozyskać klientów bez takiej strony?!

Myślę, że dobrze byłoby poświęcić jedną stronę samej firmie — co robimy i tak dalej.

Na pewno odwiedzający muszą wiedzieć, że zajmujemy się consultingiem i projektowaniem stron internetowych!

Aktualności i nowości

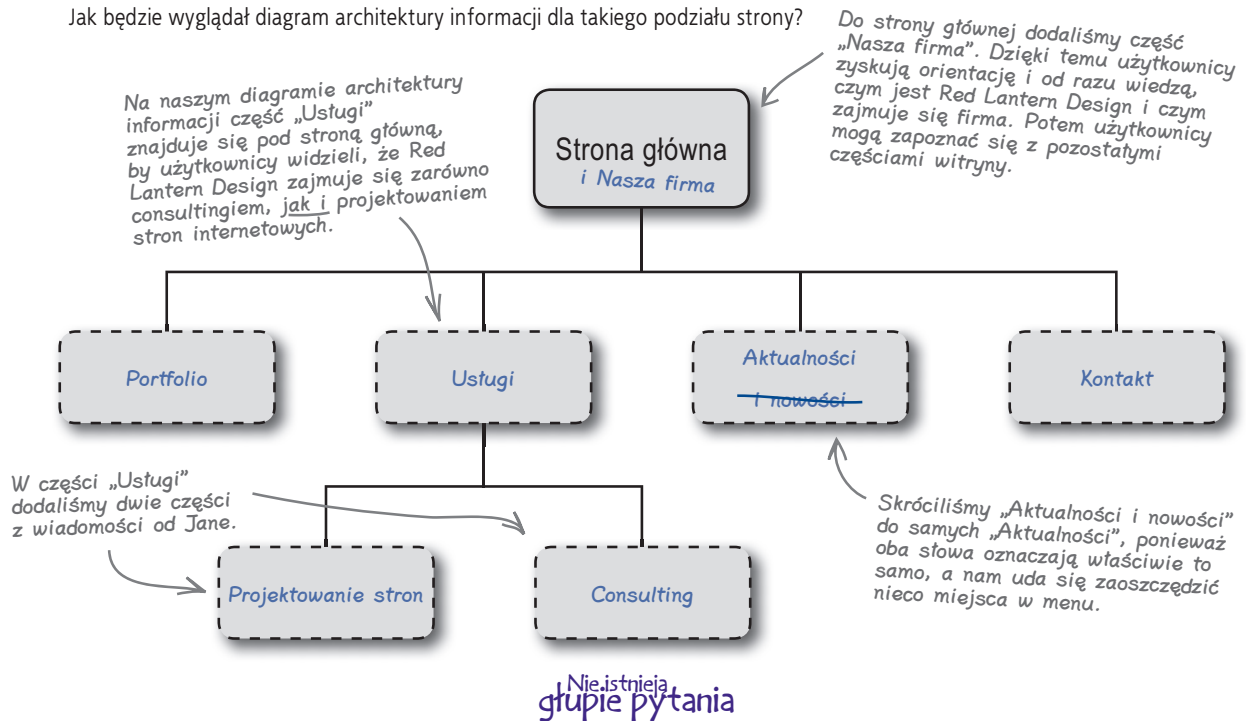
Portfolio

Kontakt

Nasza firma

Consulting, Projektowanie

Jak będzie wyglądał diagram architektury informacji dla takiego podziału strony?



P: Czy diagramy architektury informacji zawsze wyglądają jak odwrócone rozgałęzione krzaki?

O: Nie, choć ten model jest chyba najczęściej wykorzystywanym sposobem tworzenia diagramów architektury informacji. Szczepie mówiąc, dowolny typ diagramu, który w sposób jasny i dokładny odwzorowuje części i podczęści treści strony (a także relacje hierarchiczne pomiędzy nimi), będzie działał równie dobrze.

P: Czy osoby, dla których będę tworzył strony internetowe, będą tak samo jak Jane wiedzieli, z jakich części będzie się składać ich witryna?

O: I tak, i nie. Zdziwiłbyś się, jakie dodatkowe informacje dotyczące podziału strony i pomysłów na jej projekt mogą się pojawić dzięki samej rozmowie. To, że klient nie wie, jak najczęściej tytułowane są pewne części strony, nie oznacza, że nie ma on pojęcia, co ma zawierać jego strona. Potem to Twoim zadaniem będzie logiczna i hierarchiczna organizacja tych części.

P: Czy nie dałoby się pominąć tej części procesu? Nasz diagram architektury informacji i ten przykładowy kilka stron wcześniej wyglądają dość podobnie...

O: Nie! Nie pomijaj architektury informacji, ponieważ ten proces pozwala często ustalić elementy projektu, które będą Ci potrzebne przy tworzeniu układu strony. Poza tym choć istnieją podobieństwa struktury, każda witryna internetowa jest inna, a niektóre zawierają całe mnóstwo części. Im więcej treści zawiera strona i im głębszy jest Twój diagram architektury informacji, tym bardziej skomplikowany będzie system nawigacyjny witryny. Będzie Ci potrzebna nie tylko nawigacja najwyższego poziomu, ale również drugi poziom nawigacji. Nie martw się jednak, w rozdziale 3. omówimy radzenie sobie z architekturą informacji o wiele bardziej szczegółowo.

P: Czy diagram architektury informacji jest czymś podobnym do mapy strony? Poszczególne części wyglądają jak odnośniki...

O: Diagram architektury informacji pokazuje relacje hierarchiczne pomiędzy częściami i podczęściami treści strony. Nie ma on pokazywać powiązań pomiędzy częściami, jednak będziesz z niego korzystał przy projektowaniu nawigacji strony. Właściwie od razu się temu przyjrzymy...



Och, daj spokój — na potrzeby nawigacji wystarczy nam kilka przycisków łączących wszystkie strony z naszego diagramu i tyle...

Czy to wystarczy, by użytkownicy potrafili się odnaleźć na stronie?

W procesie projektowania strony musisz zastanowić się nad nawigacją *dwa razy*. Pierwszy raz będziesz musiał pomyśleć o elementach nawigacyjnych — tak, właśnie przyciskach i paskach nawigacyjnych — przy okazji pracy nad *całościowym układem strony*.

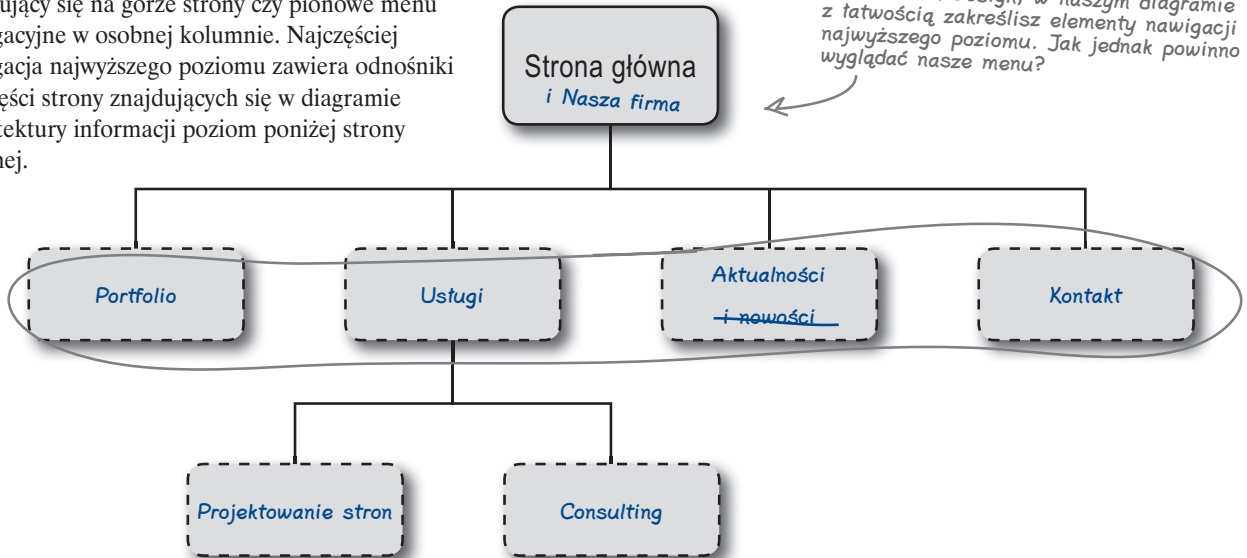
Kwestia nawigacji pojawi się ponownie, kiedy zaczniesz pisać *kod* i budować elementy układu strony, które wiążą się z poruszaniem się użytkowników po witrynie, a także łączeniem ze sobą poszczególnych podstron. Nie zabieraj się jednak od razu do roboty — musisz zacząć od organizacji nawigacji najwyższego poziomu.

Architektura informacji nie jest ważna jedynie z punktu widzenia informacji zawartych na stronie — ma również ogromne znaczenie dla systemu nawigacyjnego. Kiedy zatem przychodzi do budowania systemu nawigacyjnego witryny, trzymaj swój diagram architektury informacji pod ręką.

Ustalenie nawigacji najwyższego poziomu

Nawigacja najwyższego poziomu to zazwyczaj najbardziej widoczny element nawigacyjny — na przykład podzielony na zakładki pasek nawigacyjny znajdujący się na górze strony czy pionowe menu nawigacyjne w osobnej kolumnie. Najczęściej nawigacja najwyższego poziomu zawiera odnośniki do części strony znajdujących się w diagramie architektury informacji poziom poniżej strony głównej.

Ponieważ przenieśliśmy część „Nasza firma” do strony głównej witryny studia Red Lantern Design, w naszym diagramie z łatwością zakreszlisz elementy nawigacji najwyższego poziomu. Jak jednak powinno wyglądać nasze menu?



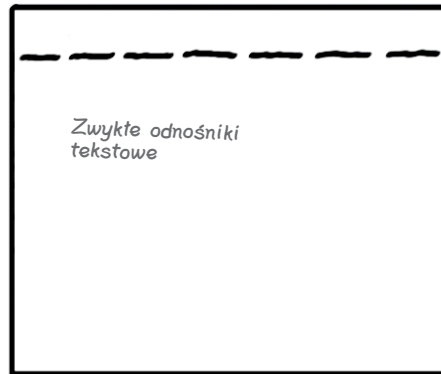
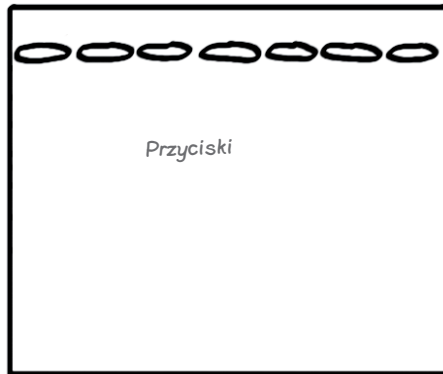
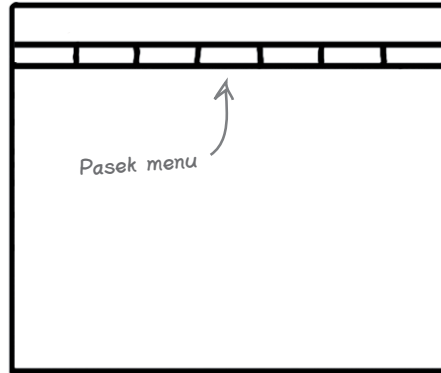
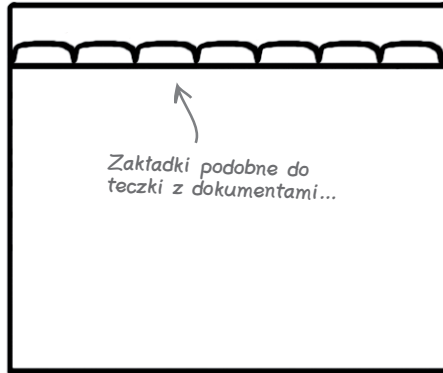
Zaostrz ołówek

Narysuj kilka szkiców różnych znanych Ci typów menu i zacznij się zastanawiać nad tym, który z nich będzie pasował do witryny Red Lantern Design.



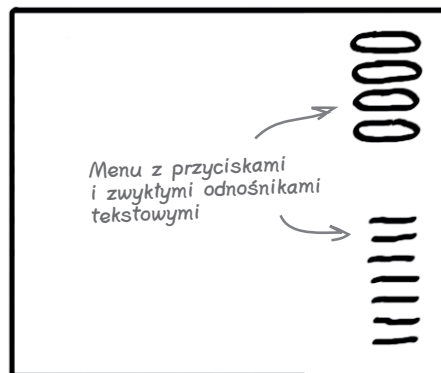
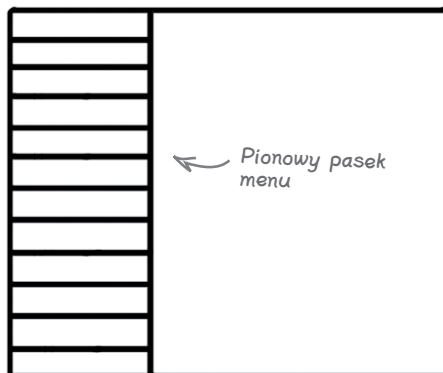
Rozwiązanie

Który projekt nawigacji najwyższego poziomu będzie najlepiej pasował do witryny Red Lantern Design? Jeśli jeszcze nie wiesz, jak sądzisz — w jaki sposób możesz się tego dowiedzieć?



Nawigacja najwyższego poziomu z menu poziomymi

Nawigacja najwyższego poziomu z menu pionowymi



Umieszczenie wszystkiego w kontekście

Celem nawigacji najwyższego poziomu jest pokazanie użytkownikom, w którym miejscu struktury witryny się znajdują. Powrócimy do nawigacji o wiele bardziej szczegółowo w rozdziale 6., a na razie musisz się zastanowić, jaki styl menu wybierzesz dla witryny Red Lantern Design. Czas zacząć się zastanawiać nad tym, który typ menu będzie pasował do strony i gdzie należy go umieścić.

Zakładki poziome

Zakładki poziome stosowane są w systemach nawigacyjnych najwyższego poziomu w wielu witrynach, ponieważ oszczędzają mnóstwo miejsca.



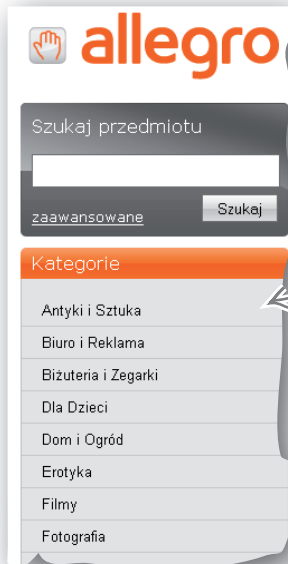
Przyciski poziome

Nawigacja najwyższego poziomu z poziomymi przyciskami.

W tym przypadku przyciski stają się widoczne po najechaniu myszą, co jest ładnym, subtelnym efektem.



Menu pionowe



Nawigacja najwyższego poziomu z menu pionowym.

Był to najpopularniejszy typ menu w czasach, gdy ludzie zaczęli dodawać menu do stron internetowych.

Zakładki pionowe

Zakładki pionowe służące jako system nawigacyjny najwyższego poziomu, utworzone za pomocą CSS i obrazków, sprawiają, że strona ta przypomina notatnik.

Treść strony napisana jest po francusku. W dodatku A będziesz mógł poczytać o radzeniu sobie ze stronami wielojęzycznymi.



Pokaż Jane proste szkice

Masz już zatem mapę treści strony. Co należy teraz zrobić?
Na tym etapie dobrze jest pokazać Jane jakieś proste
szkice projektowe...

Zaraz, zaraz! Diagramy architektury informacji, szkice wykonywane na papierze... O co chodzi z tym rysowaniem? Myślałam, że to jest książka poświęcona projektowaniu stron INTERNETOWYCH? Jak na razie nie widzę, żebyśmy się tym szczególnie zajmowali...

Gotowy pomysł tego, jak chcesz розміścić na ekranie poszczególne bloki, zaoszczędzi Ci sporo czasu na etapie programowania.

O wiele szybciej jest naszkicować kilka projektów na kartce i od razu zobaczyć reakcję Jane, niż tracić czas na tworzenie kodu kilku projektów, skoro Jane i tak wybierze tylko jeden...

Szkice pomagają skoncentrować się na funkcjonalności

Pierwsze szkice powinny być czarno-białe i narysowane na papierze. Dzięki temu Jane będzie mogła się skupić na podstawowym układzie projektu (zamiast na tym, jaki ma być kolor tła strony, jak fajnie wygląda jej logo umieszczone nad jakimś obrazkiem czy... sam rozumiesz).

Szkice powinny pokazać Jane podstawowy układ strony z zaplanowaną przez nią treścią rozmieszczoną w różnych konfiguracjach. Szkice powinny sprawić, że Jane zada sobie pytania, takie jak: „Czy na górze strony ma się znajdować duża grafika?”, „Ile ma być kolumn?”, „Gdzie powinno się znaleźć menu?” i tym podobne.



Zaostrz ołówek

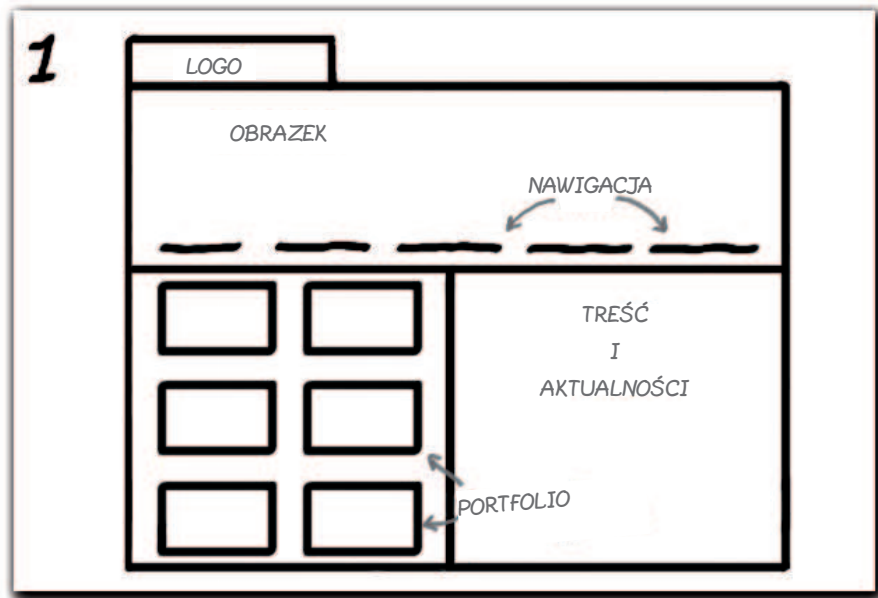
Ten projekt za bardzo zbliżony jest do aktualnej witryny Jane... Czas wracać do szkicowania!

Użyj poziomych kresek w miejsce prawdziwego tekstu. Na tym etapie nie potrzebujesz zbyt dużej szczegółowości.

Wykorzystaj szkice do przeniesienia swoich pomysłów na papier. Nad szczegółami popracujesz później.

Oto pierwszy szkic, jaki pokazaliśmy Jane. Nie podobał się jej, ponieważ wyglądał prawie dokładnie tak jak jej obecna strona z częścią główną podzieloną na dwie kolumny.

Teraz Twoim zadaniem będzie wymyślenie podstawowego projektu, który jednak *spodoba* się Jane. Narysuj przynajmniej trzy szkice na własnej kartce papieru.



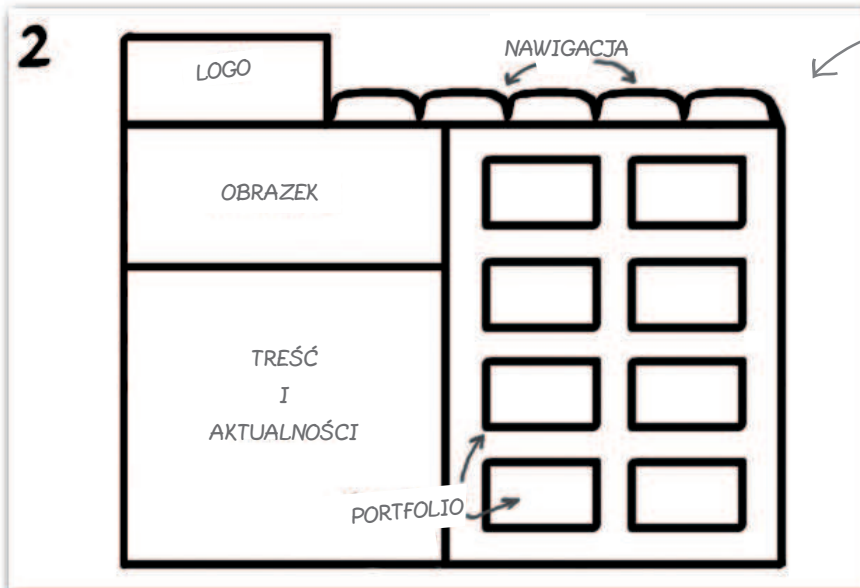
Naszkicuj swoje pomysły na nawigację strony



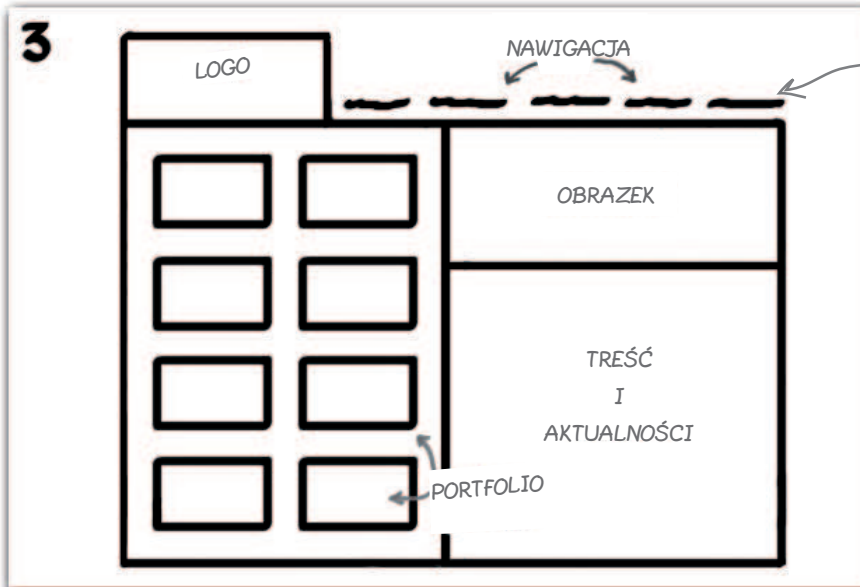
Zaostrz ołówek

Rozwiązanie

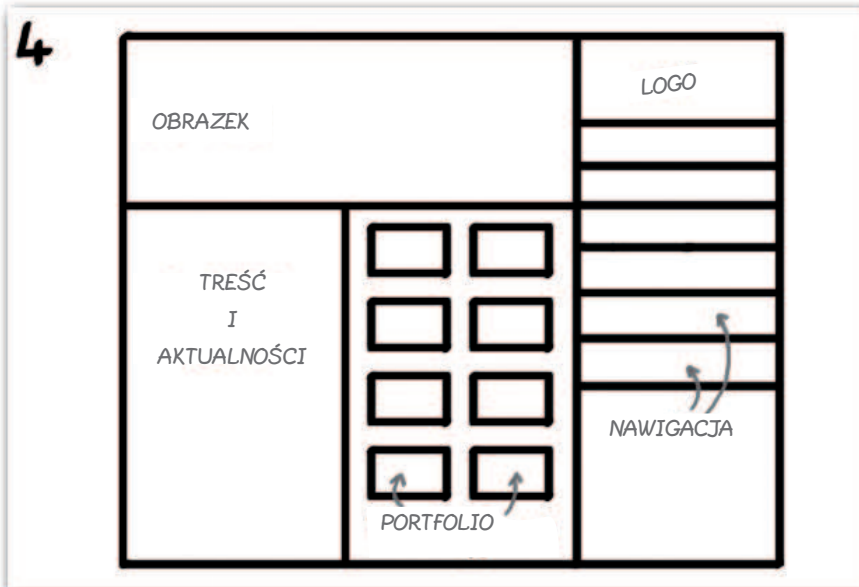
Czarno-białe szkice pomagają skupić się na układzie strony. Czas pokazać kilka układów strony Jane. Co jej się najbardziej spodoba?



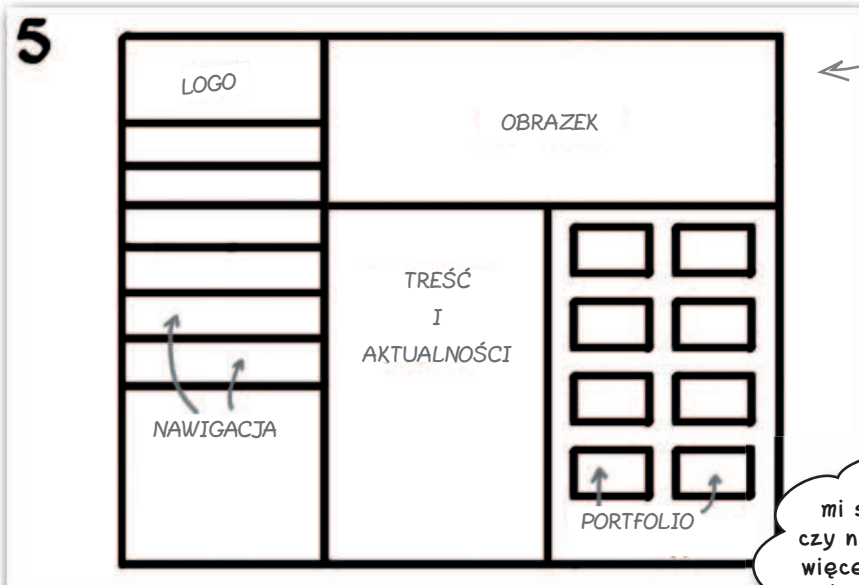
Projekt nr 2 ma menu składające się z poziomych zakładek. Pod logo i menu w dwóch kolumnach znajduje się miejsce na obrazek i część z aktualnościami, a po prawej stronie — na miniaturki stron zaprojektowanych przez Red Lantern Design.



Projekt nr 3 ma zamiast zakładek zwykłe menu tekstowe, a portfolio i aktualności zamieniono miejscami.



Projekt nr 4 oparty jest na trzech kolumnach. Zaczyna się od głównego obrazka umieszczonego w lewym górnym rogu i logo w rogu prawym. Poniżej znajduje się menu i części z aktualnościami oraz portfolio.



Projekt nr 5 to po prostu odwrócona kolejność elementów z projektu nr 4, dlatego strona zaczyna się od lewej, gdzie znajduje się logo i górna część menu, a dalej umieszczone są kolejne części.

Najbardziej podoba mi się projekt numer 3. Ale czy nie mógłbyś pokazać mi nieco więcej szczegółów? Strona musi być gotowa na konferencje!

Świetnie — uzgodniliśmy podstawowy układ strony. Co teraz?



Ustaliliśmy z Jane podstawowy układ witryny — jaki zatem powinien być nasz kolejny krok? Uruchomienie starego, dobrego edytora tekstu, wyciągnięcie przykładowej treści od Jane i wypracowanie kodu XHTML?



Frank: Nie. Na razie pozostajemy przy ołówku i papierze. Co sądzicie o dodaniu do tych szkiców koloru?

Jim: Po co mielibyśmy to robić? Nie możemy po prostu zabrać się za kod i przetestować różne kolory za pomocą kaskadowych arkuszy stylów?

Frank: W ten sposób będziemy mieli szansę zobaczyć, jak współgrają ze sobą kolory, jak elementy interfejsu oraz układu strony pasują do siebie po pokolorowaniu, jak na tle reszty układu strony wygląda system nawigacyjny — po prostu czy treść strony prezentowana jest w najlepszy możliwy sposób.

Joe: Wow. To strasznie długa lista zalet jak na jeden niewielki szkic. Czy nie mogliśmy wcześniej pokazać Jane kilku wersji kolorystycznych, zamiast zaczynać od czarno-białych szkiców?

Frank: Kolory pokazane na zbyt wczesnym etapie procesu projektowania mogą niepotrzebnie rozproszyć klienta. Najlepiej pokazać mu coś, co da mu obraz funkcjonalności strony —

Joe: — zanim zaczniemy pracę nad wyglądem i sposobem działania witryny. Rozumiem już. Szkice umożliwiają nam bezbolesne wyłapanie różnych potencjalnych problemów z projektem, zanim zaczniemy tworzyć kod witryny, a problemy te staną się poważnymi przeszkodami.

Frank: Dokładnie tak. Tyle że tym razem nie będziemy sporządzać tylko jednego szkicu, Joe.

Joe: Nie?

Frank: —

Jim: Nie. Zrobimy mnóstwo szkiców, w różnych kolorach, a potem wszystkie pokażemy Jane, tak jak zrobiliśmy to z pierwszymi szkicami, prawda?

Frank: Mniej więcej. Tak naprawdę będziemy rozrysowywać poszczególne kadry strony, tak by przetestować kilka wariantów. Pokażemy Jane kilka najlepszych.

Jim: Czekaj! O co chodzi?

Frank: Takie rysunki przypominają storyboardy — wiecie, sekwencje niewielkich szkiców wyglądające jak komiks, wykorzystywane w przemyśle filmowym do przetestowania kadrów przed włączeniem kamer. Zrobimy dokładnie to samo. Pokażę wam zaraz kilka sztuczek ułatwiających tworzenie dobrych szkiców.

Zaostrz ołówek



Skoro wiesz już, jaki układ strony podoba się Jane dla witryny Red Lantern Design, czas stworzyć szkic. Weź kartkę papieru oraz ołówek i zabierz się do pracy. Efekt ma być tak szczegółowy, jak to tylko możliwe. Jeśli masz pod ręką kredki, pokoloruj swój szkic.



Szablon przeglądarki

A oto niewielka sztuczka, z której warto skorzystać przy projektowaniu szkiców. Zrób zrzut ekranu dowolnej witryny internetowej. Otwórz swój ulubiony program do edycji grafiki i usuń zawartość samej witryny.

Uzyskasz szablon przeglądarki, w którym będziesz mógł rysować szkice.



Zaostrz ołówkę

Rozwijzanie

Oto gotowy szkic witryny Red Lantern Design. Twój może wyglądać inaczej, jednak w finalnym szkicu powinieneś uzyskać właśnie taki poziom szczegółowości.

Logo przesunęliśmy za część z treścią strony.

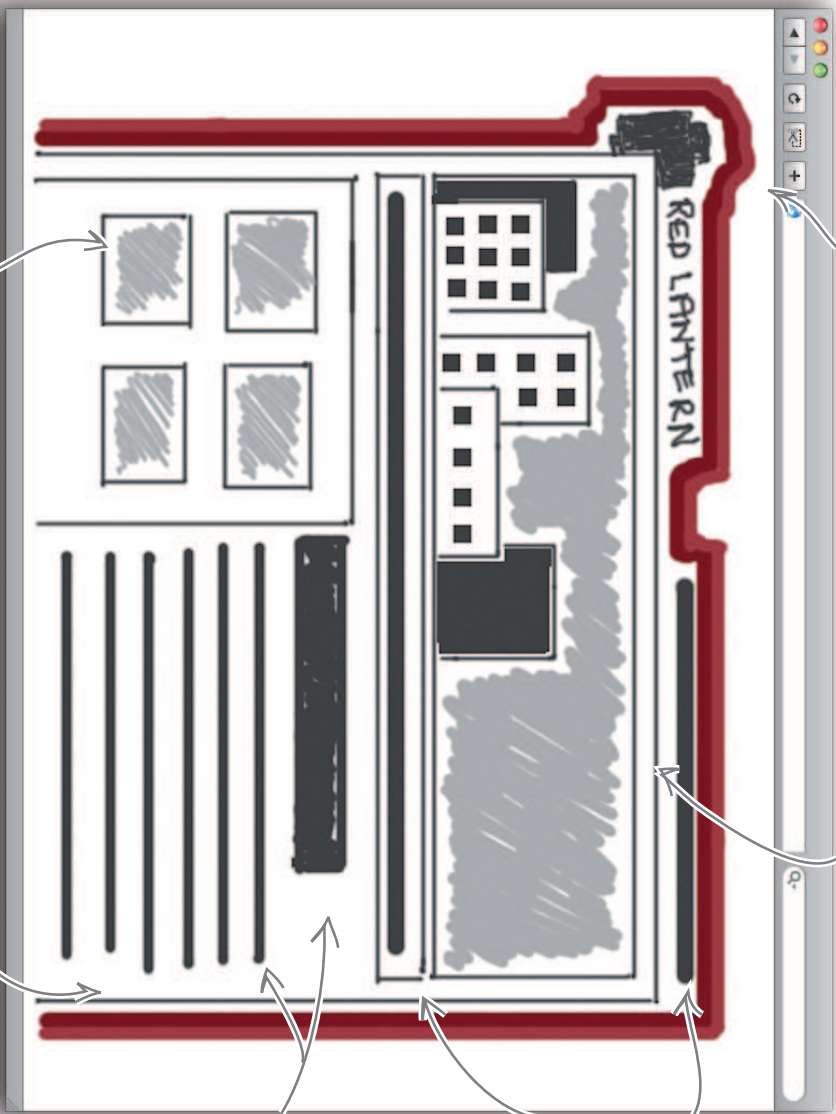
Przybliżony szkic panoramy miasta. Potrzebna nam będzie atrakcyjna grafika.

Oto miejsce na nawigację najwyższego poziomu; pod główną grafiką zostawiliśmy z kolei miejsce na ważne ogłoszenia czy aktualności.

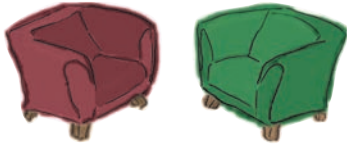
Nie musimy na tym etapie dodawać nagłówków czy tekstu. Wystarczą linie i bloki, ponieważ interesuje nas całościowy projekt, a nie szczegóły.

Odrobina koloru w szkicu pomaga nadać stronie osobowość.

Na stronie głównej umiścimy portfolio. Potencjalni klienci będą chcieli zobaczyć, co potrafimy.



Pogawędki przy kominku



Dzisiejsza rozmowa:

Ołówek i Program do tworzenia stron omawiają szkice

Ołówek:

Hej, Programie — czy możesz mi coś wyjaśnić?

No cóż, trochę mi się to wszystko pomieszało... Niektórzy ludzie nazywają mnie „szkieletem”, podczas gdy ja sądziłem, że to pojęcie wykorzystuje się do opisywania testowych próbek kodu...

Program do tworzenia stron:

Jasne. O co chodzi?

No tak. Może się to mylić, bo niektórzy faktycznie używają tego pojęcia w odniesieniu do próbki kodu, który nie jest jeszcze skończony. Teraz jednak nie pora na zabieranie się za kod.

Kod [podsluchuje]:

Hej! Wszystko słyszałem!

Ołówek:

Przepraszam, stary, ale Program ma rację. Można by pomyśleć, że rzucając się od razu na kod HTML, oszczędzimy nieco czasu, ale na dłuższą metę może to być nieopłacalne. Widzisz, jeśli klientowi (albo Tobie samemu) nie podoba się gotowy projekt i chcecie pójść w zupełnie innym kierunku, okaże się, że zainwestowałeś mnóstwo czasu w tworzenie kodu HTML (i najprawdopodobniej również CSS), z którego nie będziecie korzystać. O wiele łatwiej jest wyrzucić szkic do kosza i zacząć od czystej kartki papieru —

Nie byłbym tego taki pewien. Ja wolę nie skupiać się za bardzo na detalach. Szkice są szybkim i elastycznym sposobem rozważenia różnych pomysłów i otrzymania ogólnych projektów. Po co zresztą tracić czas na umiejscawianie każdego piksela w kilku projektach, jeśli klient i tak wybierze tylko jeden z nich?

Sądzę, że jeśli przygotowuje się coś, co mamy pokazać potencjalnemu klientowi, dobrym pomysłem *może* być stworzenie czegoś nieco bardziej dopiętzonego i formalnego. Mimo to uważam, że kiedy zaczyna się projektowanie nowej witryny internetowej, pierwszym krokiem powinny być szczegółowe i narysowane ręcznie szkice.

Program do tworzenia stron:

— albo nowego pliku. Ja sam od początku zabrałbym się do pracy na poważnie. Oszczędzisz dużo czasu, jeśli będziesz mógł skopiować zaakceptowane szczegóły szkicu bezpośrednio do ostatecznego projektu.

No tak, być może masz tu trochę racji, ale naprawdę pokażesz klientowi taki pomazany, pokreślony, poplamiony kawą szkic?



Szkice wyglądają naprawdę fantastycznie. Projekt i układ strony zapowiadają się świetnie. Ale konferencja jest za dwa dni... Czy mogę zobaczyć w końcu coś na ekranie?

Teraz jest dobry czas na stworzenie prototypu kodu.

Utworzenie prototypu opartego na kodzie ma pewne zalety. Po pierwsze, nawet jeśli projekt na papierze wygląda świetnie, z technicznego punktu widzenia może nie działać, kiedy się go wykona za pomocą kodu. Prototyp da Ci możliwość szybkiego poprawienia wszystkiego w kodzie, zanim zainwestujesz zbyt wiele czasu w budowanie wypieszczonego produktu finalnego.

A jeśli pracujesz z klientem, prototyp wykonany w kodzie daje Ci coś, co możesz pokazać i dzięki czemu, tak samo jak w przypadku szkiców, uzyskasz informacje zwrotne pozwalające na wprowadzenie zmian iteracyjnych.



Spokojnie

Co masz na myśli, mówiąc „iteracyjne”?

Iteracja to metodologia projektowania, która pozwala testować, analizować i ulepszać prototyp dzieła w trakcie pracy nad nim. Na każdym etapie przechodzisz każdy z kroków w procesie projektowania — jest to projekt cykliczny — aż w końcu uzyskasz coś, co podoba się zarówno Tobie, jak i klientowi.



Gotowy do podania kod

Pobierz pliki pierwszego prototypu kodu z serwera FTP:

ftp://ftp.helion.pl/przyklady/hfwdep.zip

a następnie wypróbuj je, by sprawdzić, jak wszystko wygląda.

```
/* Projekt przebudowy strony Red Lantern Design */

body {
    margin: 0;
    padding: 0;
    background: #7a21
    font-family: Helv
    font-size: 62.5%
    color: #333;
}
h1, h2, p, ul, li
    margin: 0;
    padding: 0;
}
p {
    font-size: 1.4
    line-height:
}
ul {
    list-style-t
}
a:link, a:visit
    color: #333
}

<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Strict//EN"
    "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-strict.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="pl" lang="pl">
<head>
    <title>Red Lantern Design</title>
    <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
        charset=utf-8"/>
    <link rel="stylesheet" href="stylesheets/screen.css" type="text/
        css" media="screen" />
</head>
<body>
    <div id="masthead">
        <h1></h1>
        <ul id="nav">
            <li><a class="active" title="Strona główna Red Lantern Design"
                href="index.html">Strona główna</a></li>
            <li><a title="Usługi projektowania stron internetowych"
                href="services.html">Usługi</a></li>
            <li><a title="Nasze prace" href="portfolio.html">Portfolio</a>
                </li>
            <li><a title="Kontakt z Red Lantern Design"
                href="contact.html">Kontakt</a></li>
        </ul>
    </div>
    <div id="content">
        <h2>Panorama Tokio</h2>
        
    </div>
</body>
</html>
```

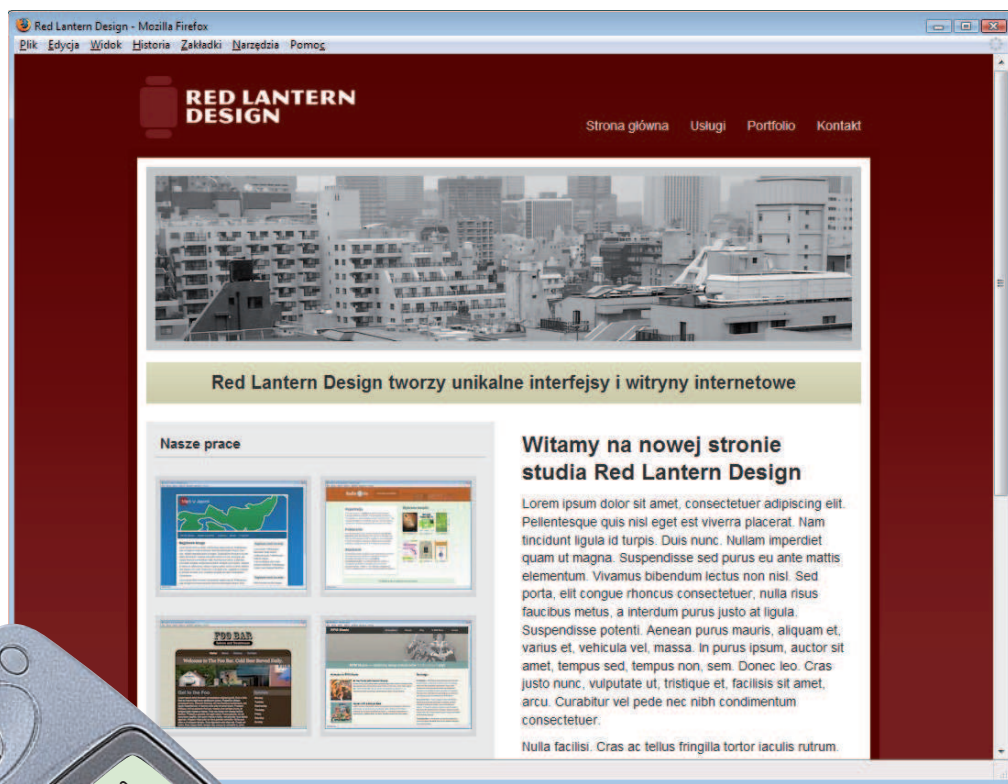
Powtórz się

Pamiętaj, potrzebny Ci będzie kod HTML dla każdej podstrony z diagramu architektury informacji. Po pobraniu plików z serwera zduplikuj kod i odpowiednio nazwij poszczególne pliki. Na koniec będziesz je musiał ze sobą połączyć.



Jazda próbna

Czas sprawdzić wygląd naszej strony w przeglądarce. Po przetestowaniu strony pokaż ją Jane, by uzyskać jakieś informacje zwrotne w tej iteracji.





Ćwiczenie

Oto tekst przysłany przez Jane. Weź stoper i ustaw go na piętnaście sekund. Rozpocznij pomiar i zacznij czytać tekst. Kiedy czas się skończy, napisz na dole, o czym jest ten tekst.



Red Lantern Design

INFORMACJE

Od: Jane

Temat: Zawartość strony internetowej

Ludzie zwracają coraz większą uwagę na odpowiednie zaprojektowanie. Bez względu na to, czy dotyczą usługi, czy produktu, bez względu na potrzeby czy wartość, wszystkie interakcje otacza pewien nierozzerwalnie z nimi związany kontekst. Odnoszący sukcesy przedsiębiorcy zdają sobie sprawę, że muszą oferować dobrze zaprojektowane usługi bądź produkty, i inwestować odpowiednie zasoby w ich ulepszanie. Ludzie nie tylko zwracają coraz większą uwagę na zaprojektowanie towaru; pragną również obrazów, atmosfery i doświadczeń, które zaspokajają ich potrzeby na wielu poziomach — estetycznym, pragmatycznym, ideologicznym czy kulturowym. Ludzie pragną dobrych projektów. Jądem projektu jest łączenie. Pracując z klientami, zawsze podkreślamy znaczenie głębokiego, pełnego namysłu procesu analitycznego, w którym nacisk kładziemy na słuchanie klienta i uczenie się. W trakcie procesu projektowania koncentrujemy się również na odbiorcach docelowych oraz kontekście. Projektujemy z myślą o prawdziwych ludziach, a nie statystykach i demografii. Rozumiemy, że prawdziwi ludzie szukają czegoś więcej i pomagamy ukierunkować klienta oraz proces projektowania w taki sposób, by wytworzyć prawdziwe wartości. Firma Red Lantern Design projektuje i buduje proste, użyteczne i atrakcyjne witryny internetowe, które są szybkie, łatwe do odczytania i dostępne — a wszystko to z wykorzystaniem standardów internetowych.

Specjalizujemy się w: projektowaniu interfejsu (projektowaniu i budowaniu interfejsów oraz szablonów z wykorzystaniem standardów internetowych), przebudowie istniejących witryn internetowych (oferta przeznaczona dla osób, które chcą uaktualnić swoją stronę czy zbudować ją z użyciem CSS), optymalizacji kodu HTML oraz CSS (uproszczenie kodu ma na celu poprawę szybkości strony oraz jej struktury), consultingu (pomocy w utworzeniu strategii projektu, sugestii dotyczących kodu HTML i CSS, a także seminariach).

.....

.....

.....

Nie rujnuj dobrego projektu złym tekstem

Bez względu na to, ile pracy nie włożyłbyś w świetny projekt, tworzenie szkiców i prototypów, nic nie uratuje Twojej strony, jeśli nie ma na niej treści (albo jeśli sposób prezentacji tej treści jest kiepski). Jak można sprawić, by treść strony była interesująca?

Pisanie tekstów przeznaczonych na strony internetowe różni się od pisania ich na potrzeby mediów drukowanych.



Daj spokój — pisanie to pisanie. Przecież nie ma powodu, by pisać jakiś tekst na nowo, szczególnie na potrzeby strony internetowej...

Zamiast czytać treść strony od lewej do prawej i od początku do końca, tak jak książkę, użytkownicy przebiegają tekst wzrokiem w poszukiwaniu słów kluczowych oraz pojęć — by szybko zrozumieć, czego dotyczy witryna.

Kiedy połączy się to z faktem, że użytkownicy zazwyczaj nie spędzają zbyt dużo czasu na poszczególnych podstronach, wiesz już, że musisz pisać inaczej. Kluczową kwestią jest tu owo **przebieganie wzrokiem**.

Co sprawia, że tekst można szybko przebiec wzrokiem?

Istnieje kilka technik umożliwiających szybkie przebiegnięcie tekstu wzrokiem. Krótkie akapity, nagłówki, wypunktowane listy i jasne sformułowania ułatwiają użytkownikom strony przeglądanie tekstu.

Wyróżnienia (czcionka pogrubiona i kursywa) sygnalizują ważne pojęcia.

Krótkie wprowadzenie przekazuje informacje poglądowe o tekście. W ten sposób czytelnik od początku wie, w co się pakuje.

The screenshot shows the Wikipedia article for 'Niedźwiedź brunatny' (Brown bear). Annotations point to various formatting elements:

- Wyróżnienia (czcionka pogrubiona i kursywa) sygnalizują ważne pojęcia.** Points to the bolded and italicized text: *Niedźwiedź brunatny (Ursus arctos)* and *Wielka Kocannostka*.
- Krótkie wprowadzenie przekazuje informacje poglądowe o tekście. W ten sposób czytelnik od początku wie, w co się pakuje.** Points to the introductory paragraph: "Niedźwiedź brunatny (Ursus arctos) – drapieżny ssak z rodziny niedźwiedziowatych. Osiąga od 1,5 do 3 m długości (niedźwiedź kodiak), do 1,25 m wysokości i od 120-700 kg masy ciała. Żyje samotnie, tylko w okresie godowym w parach. W zimie samica rodzi zwykle 2–3 młodych. Kłodym opiekują się aż do następnego roku. Samica z młodym bywa szczególnie niebezpieczna."
- Krótkie akapity odbiera się łatwiej od wielkich bloków tekstu (które na ekranie komputera jest o wiele trudniej przeczytać i zrozumieć).** Points to the short paragraphs describing the bear's distribution and behavior.
- Wypunktowane listy to superszybki sposób podawania faktów.** Points to the bulleted list of facts: "Długość tułowia z głową: samiec 180-280 cm, samica 150-210 cm; Ogon: 5-21 cm; Wysokość: 90-140 cm; Ciężar: samce 250-500 kg (niekiedy 700 kg), samice 180-300 kg; Ciężar: ok. 8 miesięcy (co dwa lata); Młot: 1-3 niedźwiedzi: ok. 25 cm długości; Czas uzależnienia od matki: 18 miesięcy. Pierwsze tygodnie po narodzinach młode spędzają utulone w nogi matki tak, że nawet nie dotykają podłoża; Pożywienie: wszystkożerny – rośliny, małe ssaki, jak krowy i jelenie, czasem grzyby, sporadycznie trawa, grzyby, ptasie jaja; Długość życia: do 35 lat."
- Zrozumiałe nagłówki informują użytkownika o zawartości artykułu oraz jego części.** Points to the section headers: "Podgatunki", "Ciekawostka", and "Wymienione".



Ćwiczenie (nieco dłuższe)

Oto raz jeszcze tekst przysłany przez Jane. Spróbuj go poprawić w taki sposób, by był zgodny z listą punktów znajdującą się obok.



INFORMACJE

Od: Jane

Temat: Zawartość strony internetowej

Ludzie zwracają coraz większą uwagę na odpowiednie zaprojektowanie. Bez względu na to, czy dotyczą usługi, czy produktu, bez względu na potrzeby czy wartość, wszystkie interakcje otacza pewien nierozdzielny z nimi związany kontekst. Odnoszący sukcesy przedsiębiorcy zdają sobie sprawę, że muszą oferować dobrze zaprojektowane usługi bądź produkty, i inwestować odpowiednie zasoby w ich ulepszanie. Ludzie nie tylko zwracają coraz większą uwagę na zaprojektowanie towaru; pragną również obrazów, atmosfery i doświadczeń, które zaspokajają ich potrzeby na wielu poziomach — estetycznym, pragmatycznym, ideologicznym czy kulturowym. Ludzie pragną dobrych projektów. Jądem projektu jest łączenie. Pracując z klientami, zawsze podkreślamy znaczenie głębokiego, pełnego namysłu procesu analitycznego, w którym nacisk kładziemy na słuchanie klienta i uczenie się. W trakcie procesu projektowania koncentrujemy się również na odbiorcach docelowych oraz kontekście. Projektujemy z myślą o prawdziwych ludziach, a nie statystykach i demografii. Rozumiemy, że prawdziwi ludzie szukają czegoś więcej i pomagamy ukierunkować klienta oraz proces projektowania w taki sposób, by wytworzyć prawdziwe wartości. Firma Red Lantern Design projektuje i buduje proste, użyteczne i atrakcyjne witryny internetowe, które są szybkie, łatwe do odczytania i dostępne — a wszystko to z wykorzystaniem standardów internetowych.

Specjalizujemy się w: projektowaniu interfejsu (projektowaniu i budowaniu interfejsów oraz szablonów z wykorzystaniem standardów internetowych), przebudowie istniejących witryn internetowych (oferta przeznaczona dla osób, które chcą uaktualnić swoją stronę czy zbudować ją z użyciem CSS), optymalizacji kodu HTML oraz CSS (uproszczenie kodu ma na celu poprawę szybkości strony oraz jej struktury), consultingu (pomocy w utworzeniu strategii projektu, sugestii dotyczących kodu HTML i CSS, a także seminariach).

Lista do sprawdzenia

→
Nie musisz stosować się do wszystkich punktów — wystarczy, że zastosujesz się do tych, które pasują do treści Twojej strony.

- ☐ Zrozumiałe nagłówki.
- ☐ Krótkie akapity.
- ☐ Pogrubienia i kursywa wyróżniające najważniejsze słowa lub zdania.
- ☐ Listy (numerowane lub wypunktowane) stosowane w odpowiednich miejscach.



Ćwiczenie
(nieco dłuższe)
Rozwiązanie

Zmodyfikowałeś tekst Jane zgodnie z listą rzeczy do zrobienia.



Red Lantern Design

INFORMACJE

Od: Jane

Temat: Zawartość strony internetowej

Ludzie zwracają coraz większą uwagę na odpowiednie zaprojektowanie. Bez względu na to, czy dotyczą usługi, czy produktu, bez względu na potrzeby czy wartość, wszystkie interakcje otacza pewien nierozzerwalnie z nimi związany kontekst. Odnoszący sukcesy przedsiębiorcy zdają sobie sprawę, że muszą oferować dobrze zaprojektowane usługi bądź produkty, i inwestować odpowiednie zasoby w ich ulepszanie. Ludzie nie tylko zwracają coraz większą uwagę na zaprojektowanie towaru; pragną również obrazów, atmosfery i doświadczeń, które zaspokajają ich potrzeby na wielu poziomach — estetycznym, pragmatycznym, ideologicznym czy kulturowym. Ludzie pragną dobrych projektów. Jądem projektu jest łączenie. Pracując z klientami, zawsze podkreślamy znaczenie głębokiego, pełnego namysłu procesu analitycznego, w którym nacisk kładziemy na słuchanie klienta i uczenie się. W trakcie procesu projektowania koncentrujemy się również na odbiorcach docelowych oraz kontekście. Projektujemy z myślą o prawdziwych ludziach, a nie statystykach i demografii. Rozumiemy, że prawdziwi ludzie szukają czegoś więcej i pomagamy ukierunkować klienta oraz proces projektowania w taki sposób, by wytworzyć prawdziwe wartości. Firma Red Lantern Design projektuje i buduje proste, użyteczne i atrakcyjne witryny internetowe, które są szybkie, łatwe do odczytania i dostępne — a wszystko to z wykorzystaniem standardów internetowych.

Specjalizujemy się w: projektowaniu interfejsu (projektowaniu i budowaniu interfejsów oraz szablonów z wykorzystaniem standardów internetowych), przebudowie istniejących witryn internetowych (oferta przeznaczona dla osób, które chcą uaktualnić swoją stronę czy zbudować ją z użyciem CSS), optymalizacji kodu HTML oraz CSS (uproszczenie kodu ma na celu poprawę szybkości strony oraz jej struktury), consultingu (pomocy w utworzeniu strategii projektu, sugestiiach dotyczących kodu HTML i CSS, a także seminariach).

Lista do sprawdzenia

- ☒ Zrozumiałe nagłówki.
- ☒ Krótkie akapity.
- ☒ Pogrubienia i kursywa wyróżniające najważniejsze słowa lub zdania.
- ☒ Listy (numerowane lub wypunktowane) stosowane w odpowiednich miejscach.

Twoja wersja tekstu może wyglądać nieco inaczej, jednak jeśli tylko zastosujesz przedstawione wyżej techniki, sprawiające, że tekst łatwiej będzie szybko przejrzeć, czytelnicy pozostaną Ci wdzięczni.

→ Witamy na nowej stronie studia Red Lantern Design.

Nagłówki wzmacniają orientację użytkownika na stronie. Zwróć uwagę na to, że nie będziesz potrzebował nagłówka umieszczonego na samej górze strony, ponieważ jego rolę pełnić będzie logo.

Red Lantern Design jest małą firmą zajmującą się projektowaniem witryn internetowych oraz consultingiem. Specjalizujemy się w projektowaniu i budowaniu stron opartych na standardach internetowych. Naszym celem jest tworzenie prostych i atrakcyjnych witryn internetowych, które pozwalają na łatwe odszukanie informacji i zaspokajają potrzeby użytkowników.

Jeśli Twoja firma chciałaby z nami współpracować, zachęcamy do zapoznania się z naszym portfolio i skontaktowania się z nami w celu omówienia szczegółów projektu. Z prawdziwą przyjemnością sprawimy, że Twoja obecność w Internecie będzie lepiej widoczna, a Twoja witryna łatwiejsza do odnalezienia i bardziej atrakcyjna.

[Zobacz nasze portfolio](#)

[Skontaktuj się z Red Lantern Design](#)

← Te odnośniki będą krótką listą nieuporządkowaną, ze znakami wypunktowania usuniętymi za pomocą CSS.

To spora zmiana. Moja wersja tekstu nie była aż tak, hm, treściwa. Czy Jane nie będzie się gniewać, że wycięliśmy wszystkie tak starannie przez nią ułożone zdania?

Pewnie, może tak być. Ale ta wersja jest krótka, na temat i o wiele bardziej atrakcyjna.

Mówi użytkownikom, czym zajmuje się studio Red Lantern Design i czego mogą oczekiwać po współpracy z tą firmą. Zmodyfikowaliśmy dużą część tekstu — długie słowa, zdania, które trzeba było przeczytać trzy razy, żeby cokolwiek zrozumieć — która mogłaby tylko zaciemnić ten prosty komunikat.

Poza tym w najgorszym razie możemy pójść na kompromis z Jane i przywrócić część jej tekstu... oczywiście po drobnych poprawkach redakcyjnych!





Jazda próbna

Po edycji tekstu, dzięki której o wiele łatwiej jest go szybko przebiec wzrokiem, musisz teraz uaktualnić tekst w kodzie utworzonym wcześniej dla Red Lantern Design, przetestować całość w przeglądarce i — jeśli wszystko będzie w porządku — pokazać Jane.

Jestem zachwycona! Tak, nawet tym krótszym tekstem. Miałaś rację, wycinając większość mojej twórczości. Twoje umiejętności sprawiają, że Red Lantern niedługo rozkwitnie! Nie mogę się już doczekać nowych projektów.



Projektowanie stron internetowych oparte jest na komunikacji i UŻYTKOWNIKACH

Co sądzisz o obu wersjach strony studia Jane? Ostatecznym celem każdej witryny internetowej jest przekazanie użytkownikom jakichś informacji. Jeśli Twoja witryna nie komunikuje tego, co byś chciał, Twoi odbiorcy pójdą na inne strony internetowe w poszukiwaniu informacji czy treści, których Ty nie byłeś w stanie im dać.

Wszystko to znane jest pod nazwą **projektowania zorientowanego na użytkownika**. Kiedy tworzysz witrynę internetową, budujesz ją dla użytkowników, a nie dla samego siebie. Budujesz z myślą o ich mocnych i słabych stronach. Musisz wykorzystać każdą dostępną technikę, by zachęcić użytkowników do odwiedzenia strony, ułatwić im znalezienie poszukiwanych informacji, sprawić, by ich pobyt na stronie był satysfakcjonujący i by mieli ochotę do nas powrócić.

Proces, który prześledziłeś w niniejszym rozdziale —

Preprodukcja, czyli wykorzystanie architektury informacji oraz szkiców do utworzenia projektu strony na papierze, tak by w momencie rozpoczęcia tworzenia kodu projekt ten był maksymalnie wydajny i skoncentrowany.

Nawigacja oparta na diagramie architektury informacji to coś więcej niż tylko łączenie ze sobą poszczególnych podstron witryny. Nawigacja pomaga użytkownikom odnaleźć informacje.

Układ strony wykorzystuje HTML oraz CSS do zbudowania interfejsu strony (który zaprojektowałeś już na papierze na etapie preprodukcji).

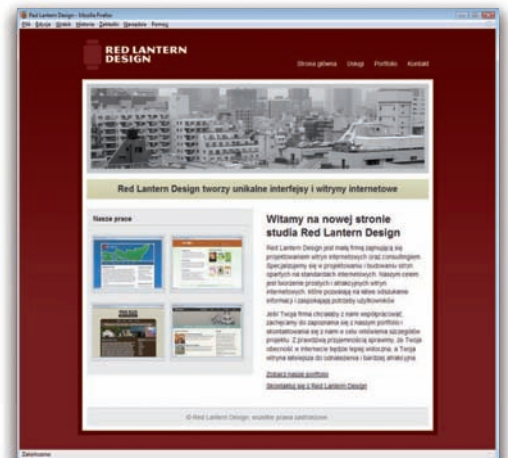
Odpowiedni tekst zapełnia projekt czytelną treścią, czyli tym, po co użytkownicy przyszedli na naszą stronę.

— miał tylko jeden cel: utworzyć świetnie wyglądającą witrynę internetową prezentującą użytkownikom informacje o studio Red Lantern Design.



Stary projekt strony nie przekazywał wiele informacji użytkownikom...

Nowa strona od początku procesu projektowania stawia użytkownika w centrum. W rezultacie przyciąga jego uwagę i opowiada wciągającą historię o Red Lantern Design.





Niezbędnik projektanta witryn internetowych

Niesamowite... 34 strony i udało Ci się już całkowicie przebudować dość nędznie wyglądającą stronę internetową. W kolejnym rozdziale o wiele bardziej szczegółowo zajmiemy się fazą produkcji.



CELNE SPOSTRZEŻENIA

- Kiedy tworzysz strony internetowe, powinieneś stosować się do zasad projektowania zorientowanego na użytkownika — budowania witryn, które skupiają się na zaspokajaniu potrzeb użytkowników.
- Proces projektowania pomaga ustrukturyzować projekt, dzięki czemu pozostajesz skupiony na zadaniu i wszystko wykonujesz o wiele wydajniej.
- Większość procesów (o ile nie wszystkie) projektowania witryn internetowych składa się z czterech etapów: preprodukcji, budowania układu strony, tworzenia nawigacji oraz pisania tekstów.
- Architektura informacji to proces, w którym dzielisz treść strony internetowej na części, a następnie układasz je w hierarchię zgodnie z logiką wzajemnych relacji między nimi.
- Tworzenie architektury informacji to proces dwustopniowy, składający się z organizowania informacji witryny i budowania diagramu.
- Diagram architektury informacji reprezentuje hierarchiczne uporządkowanie części i podczęści informacji strony.
- Nawigacja najwyższego poziomu zazwyczaj zawiera odnośniki do tych części architektury informacji, które znajdują się o poziom niżej od strony głównej witryny.
- Projekt nawigacji najwyższego poziomu uzależniony jest od całościowego projektu oraz układu strony.
- Istnieje kilka przydatnych modeli projektowania nawigacji najwyższego poziomu: poziome zakładki czy przyciski, pionowe menu lub zakładki.
- Szkice wykorzystuje się do wizualizacji projektu i przetestowania pewnych koncepcji układu strony przed zabraniem się za kod.
- Szkice to świetny sposób na wyłapanie potencjalnych problemów projektowych przed straceniem czasu na tworzenie kodu strony.
- Pisanie tekstów przeznaczonych na strony internetowe różni się od pisania na potrzeby mediów drukowanych.
- Użytkownicy przebiegają strony internetowe wzrokiem, zamiast czytać je od początku do końca.
- Treść stron internetowych musi być pisana w taki sposób, by przebieganie ich wzrokiem było możliwe.